

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS DE LA REGIÓN CARIBE, EN LA
CIUDAD DE BARRANQUILLA**

**BERTHA PATRICIA BASTIDAS BARRIOS
VICTOR ALFONSO HIGUERA RIVEROS
LILIANA RODRIGUEZ PULIDO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
ESPECIALIZACION EN FINANZAS Y SISTEMAS
BARRANQUILLA, ATLÁNTICO
ABRIL, 2010**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS DE LA REGIÓN CARIBE, EN LA
CIUDAD DE BARRANQUILLA**

PROYECTO FINAL DE ESPECIALISTA PRESENTADO POR:

**BERTHA PATRICIA BASTIDAS BARRIOS
VICTOR ALFONSO HIGUERA RIVEROS
LILIANA RODRIGUEZ PULIDO**

**PARA LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE ESPECIALISTA EN
FINANZAS Y SISTEMAS**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA, CUC
ESPECIALIZACION EN FINANZAS Y SISTEMAS
BARRANQUILLA, ATLÁNTICO
ABRIL, 2010**

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Barranquilla, 12 / 04 / 2010

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso por proporcionarnos la oportunidad del estudio y el conocimiento necesario para desarrollar este trabajo.

A mi familia, mi Esposo, mi hijo y mi hija, pilares fundamentales para mi crecimiento, desarrollo personal y principal eje de mi vida.

Bertha Patricia Bastidas Barrios

A mi Padre, mi Madre y mis hermanos, razón que me impulsa a salir adelante en todo lo que me he propuesto.

Victor Alfonso Higuera Riveros

A mi Padre, mi Madre y mis hermanos, pilares fundamentales para mi crecimiento, desarrollo personal.

Liliana Rodríguez Pulido

AGRADECIMIENTOS

Los autores manifiestan sus más sinceros agradecimientos a:

Los directivos de la **CORPORACION UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC**, entidad que ha permitido formarnos en ella.

Al decano de la facultad de Ciencias Económicas, Dr. Javier Moreno Juvinao, con quien se ha contado de manera incondicional cuando se ha necesitado a título de consulta, asesoría, amistad, etc.

A todos aquellos profesionales y personas que de una u otra forma contribuyen para hacer realidad este proyecto educativo y de vida.

RESUMEN

Con el presente trabajo se busca responder a la factibilidad de erigir una empresa Comercializadora de Artesanías costeñas como una respuesta a la generación de empleo y crecimiento de la Región Caribe. Se parte de unas condiciones iniciales que presenta el mercado, un análisis de oferta y demanda, pasando por una viabilidad técnica administrativa, una factibilidad financiera y concluyendo en la evaluación de rentabilidad del proyecto de inversión de acuerdo con el sector económico al que pertenece y las expectativas de la comunidad.

El proyecto se presenta no solo a la comunidad académica, sino que pretende también ser un medio soporte para la comunidad empresarial llegado el caso que alguien se encuentre interesado en la puesta en marcha de este tipo de empresa.

ABSTRACT

In the present paper seeks to address the feasibility of erecting a commercial coastal Craft as a response to employment generation and growth of the Caribbean Region. It starts from initial conditions in the market, an analysis of supply and demand, through an Administrative technical feasibility, a financial feasibility assessment and ending on the profitability of the investment project in accordance with the economic sector to which it belongs and community expectations.

The Project is presented not only to the academic community, but aims also be a means to support the business community that eventually someone is interested in setting up this type of company.

CONTENIDO

	Págs.
INTRODUCCIÓN.....	11
0. PROBLEMA.....	13
0. 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
0.2. OBJETIVOS.....	18
0.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	18
0.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO.....	18
0.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO.....	19
0.4. MARCO TEÓRICO O ESTADO DEL ARTE	21
0.4.1. El Sector Artesanal y sus Componentes	21
0.4.2. Acciones para mejorar el Sector	24
0.4.3. Oportunidades que plantea el Sector:	26
0.5. DISEÑO METODOLÓGICO	29
0.5.1. Tipo de Investigación.....	30
0.5.2. Técnicas de Recolección de la Información.....	30
0.6. MÉTODO DE ESTUDIO	31
0.7. POBLACION OBJETO DE ESTUDIO Y MUESTRA.....	31
1. ESTUDIO DE MERCADO	33
1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y LINEAS DE PRODUCTOS.....	34
1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	38
1.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	39
1.4. OFERTA.....	40
1.5. NIVEL DE PRECIOS	42

1.6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	43
2. ESTUDIO TÉCNICO.....	45
2.1 TAMAÑO Y LOCALIZACION.....	45
2.2. ADQUISICIÓN DE EQUIPO Y MOBILIARIO	46
2.3. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA	46
2.4. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	47
2.4.1. Manual de Funciones	48
2.5. ASPECTOS LEGALES	51
3. ESTUDIO ECONÓMICO	53
3.1 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	53
3.2. DETERMINACION DE LA INVERSION FIJA INICIAL	55
3.3. FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA	57
3.4. PROYECCIONES FINANCIERAS.....	59
3.5. PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL Y POR PRODUCTO	62
3.5.1. Sensibilidad del Punto de Equilibrio.....	64
3.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	68
3.6.1 Escenario Optimista:.....	69
3.6.2 Escenario Pesimista:	70
CONCLUSIONES	73
BIBLIOGRAFIA.....	75
ANEXOS.....	78

LISTA DE TABLAS

Págs.

Tabla No. 1: Población ocupada en el Oficio por Departamento	28
Tabla No. 2: Datos de Población Estudio y Muestreo.....	32
Tabla No. 3: Comportamiento Histórico de las ventas por producto.....	39
Tabla No. 4: Estimaciones de promedio y tendencia.....	39
Tabla No. 5: Total Esperado de la Demanda y Ventas.....	40
Tabla No. 6: Precios Promedio de Mercado	43
Tabla No. 7: Costo Promedio de los Productos.....	53
Tabla No. 8: Costos Totales Anuales por Producto.....	54
Tabla No. 9: Estimación de Salarios.....	54
Tabla No. 10: Estimación de las Prestaciones Sociales.....	55
Tabla No. 11: Estimación Anual Planta de Personal	55
Tabla No. 12: Inversión Inicial	56
Tabla No. 13: Determinación de la Depreciación y Amortización	57
Tabla No. 14: Estimación de Servicios y Publicidad.....	57
Tabla No. 15: Amortización del Crédito Bancario	58
Tabla No. 16: Matriz de Ingresos, Costos y Gastos.....	59
Tabla No. 17: Evaluación del Proyecto.....	60
Tabla No. 18: Comparativo TIR vs. VPN	61
Tabla No. 19: Punto de Equilibrio Global.....	63
Tabla No. 20: Punto Equilibrio: Sombreros.....	65
Tabla No. 21: Punto Equilibrio: Accesorios.....	65
Tabla No. 22: Punto Equilibrio: Sandalias	65
Tabla No. 27: Escenario Optimista: Cobertura del 35%	69
Tabla No. 28: Evaluación del Proyecto.....	70
Tabla No. 29: Escenario Pesimista: Cobertura del 29%	71
Tabla No. 30: Evaluación del Proyecto.....	71

LISTA DE FIGURAS

Págs.

Gráfico No. 1: Comparativo Empresas Artesanales - Ecuación Contable	23
Gráfico No. 2: Comparativo Empresas Artesanales – Utilidades.....	24
Gráfico No. 3: Participación por Departamento en la Costa Atlántica.....	29
Gráfico No. 4: Análisis del Mercado - Esquema de Trabajo	33
Gráfico No. 5: Distribución Física de la Comercializadora	47
Gráfico No. 6: Organigrama de la Comercializadora	48
Gráfico No. 7: Grafico Comparativo.....	62
Gráfico No. 8: Participación Porcentual de Cada Producto	64
Gráfico No. 9: Grafica Proyección Punto de Equilibrio	68

INTRODUCCIÓN

Parte del desarrollo económico de un país, depende de la forma como sus diferentes unidades productivas se insertan dentro del ámbito nacional y como ellas traten cada día de adecuarse en dicho contexto, de manera tal, que contribuyan al mejoramiento, no solo de sí misma, sino de la sociedad en general. De esta forma debe reconocerse que las empresas de Colombia buscan rápidamente adaptarse al ámbito con el fin de permanecer vigentes de manera competitiva en el mercado nacional, por lo tanto la supervivencia se ha convertido en el objetivo principal, interviniendo ampliamente en el desarrollo de sus organizaciones, potenciando el recurso humano, mejorando la calidad de los productos y servicios que ofrecen con el fin de satisfacer totalmente las necesidades y los deseos de sus clientes.

En la actualidad, el mundo de los negocios se enfrenta a muchos retos; los procesos de apertura económica, la globalización de la economía, la exigencia del mundo moderno que crea nuevas necesidades en las sociedades. A estos retos se suman los adelantos tecnológicos, las telecomunicaciones, la cibernética, la robótica, la biotécnica, entre otros, colocan nuestras organizaciones en una posición de restructuración y transformación organizacional, humana y tecnológica.

En la presente investigación se recopilan los principales aspectos que deben ser tenidos en cuenta al momento de desarrollar e implementar una microempresa para la Comercialización de Artesanías, evaluando su viabilidad tanto comercial como técnica, administrativa y económica, además de la evaluación financiera utilizando los métodos de evaluación como el Valor Presente Neto (VPN), Tasa

Interna de Retorno (TIR) y análisis de sensibilidad de las cifras con que se trabajaron.

Para la realización de esta investigación se utilizaron diferentes fuentes de información, tanto primarias como secundarias, tales como, libros, revistas, internet, así como entrevistas con personas especializadas en el tema y las enseñanzas adquiridas en las clases magistrales impartidas a lo largo del desarrollo de la Especialización.

0. PROBLEMA

0. 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Descripción de la situación

Culturas milenarias encontraron en las artes aplicadas un medio más para rendir tributo a la tierra y sus deidades, los oficios artesanales eran sagrados y respondían a una necesidad tan mística como utilitaria.

El objeto artesanal como tal no es una invención de ahora o de hace un siglo, es algo que ha acompañado al hombre desde que le es posible expresarse a través de los materiales que le ofrece la naturaleza; pictogramas, joyas, jarrones y todo cuanto es creación de la humanidad se ha comportado como un reflejo de mitos y creencias, de angustias ante el mundo hostil que siempre han encontrado eco en las generaciones posteriores.

Existen dos posibles razones por las cuales, a pesar de la tecnificación alcanzada, aún existe un aprecio creciente por las labores artesanales. En primera instancia, la mayoría de los consumidores consideran los artículos hechos a mano como de mejor calidad que los productos similares hechos a máquina y por otra parte la necesidad que siente el consumidor de mantener un enlace con costumbres y culturas que usan sus manos como formas de expresión y materialización de sus ideas.

En los productos artesanales se rescatan algunos materiales que se creían iban a desaparecer, tales como la madera, el corcho, la arcilla, el alambre, el cuero donde también se hace visible el ingenio, la capacidad de invención, la habilidad para la producción de un artefacto, el diseño de un objeto doméstico, la creación de un objeto estético.

Por su inmensa riqueza artesanal Colombia resalta a nivel mundial. Los productos artesanales colombianos se caracterizan por una gran diferenciación regional, relacionada con la notable diversificación geográfica que va desde la Guajira hasta el Amazonas y desde Nariño y el Putumayo hasta la Orinoquía. En ellas, nuestros artesanos demuestran una enorme creatividad, imaginación, ingenio y talento que nos caracteriza.

La base de los productos artesanales colombianos es una cantidad innumerable de productos naturales que ofrece esta tierra y que se encuentran al alcance de la mano: arcilla, bambú, cuero, fibras, fique, guadua, lana, madera, tagua, totumo, metales preciosos, etc.

La artesanía colombiana es la máxima representación de la idiosincrasia y una de sus mejores expresiones culturales. Hamacas, piezas de oro, filigranas en plata, cestería, tapicería, cerámica, accesorios en coco o semillas, bordados, muebles, esculturas en tagua, objetos de madera y artículos tejidos a mano constituyen una excelente vitrina de Colombia para el mundo. Tanta es la diversidad que se tiene, entre otras: ¹

- Cerámica colombiana: de Ráquira y de la Chamba
- Cestería colombiana: Fique de Guacamayas y Artesanías en werregue
- Materiales autóctonos: Tagua, Guadua, Barniz de Pasto, Artesanías en coco
- Tejidos colombianos: Ruana, Sombrero vuelteao, Hamacas de San Jacinto, tejidos Wayúu, Mola, Bordados de Cartago
- Orfebrería colombiana: Filigranas de Mompox

¹ Fuente: <http://www.colombia.travel/>

Tal es la variedad existente en artesanías por regiones colombianas que el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, en conjunto con los artesanos y reunidos en mesas sectoriales ha construido normas de competencia laboral, y a partir de ellas titulaciones que permiten adiestrar a quienes se han formado empíricamente de generación en generación, así como a quienes desean hacerlo de una manera técnica.

Un ejemplo de ello son las siguientes titulaciones con sus respectivas normas de competencia:

50701 - ARTESANIAS			
150701001	1	2	Alistamiento De La Producción Artesanal
250701002	1		Obtener Materia Prima Según Producto Artesanal Y Orden De Producción
250701003	1		Preparar Materia Prima Para Producto Artesanal, Según Orden De Producción
250701004	1		Mezclar Materia Prima De Objeto Artesanal Según Orden De Producción.
250701005	1		Seleccionar Elementos De La Producción Artesanal, Según Orden De Producción
150701002	1	2	Elaboración De Productos Artesanales En Arcilla
250701006	1		Moldear Producto Artesanal Según Diseño Y Orden De Producción
250701007	1		Secar Producto Artesanal En Arcilla, Según Técnica Y Orden De Producción
250701008	1		Modelar Producto En Arcilla Según Técnica Artesanal
250701009	1		Operar Equipo De Cocción De Producto Artesanal En Arcilla, Según Orden De Producción
250701010	1		Preparar Superficie De Producto Artesanal En Arcilla Cruda, Según Técnica Y Orden De Producción
150701003	1	2	Terminación De Objetos Artesanales
250701011	1		Acabar Objeto Artesanal Según Técnica Y Orden De Producción
250701012	1		Decorar Objeto Artesanal Según Orden De Producción
250701013	1		Empacar Objeto Artesanal Según Orden De Producción.

Fuente: Catálogo de normas de competencias laborales observatorio laboral SENA

En ninguna otra región del mundo se han realizado tantos esfuerzos para rectificar errores del pasado y poner en práctica nuevas políticas de desarrollo como en América Latina. Sin embargo, en ninguna otra región se han acumulado resultados tan negativos entre 1997 y 2003, aumentando el número de pobres en la región.² En Colombia durante el periodo de 1999 - 2000 el país experimento la peor crisis del empleo. Registrándose un aumento en la tasa del desempleo y a la vez del subempleo temporal y la actividad informal. A pesar de los esfuerzos del gobierno y el sector empresarial se han visto reflejado en un mejoramiento de la actividad

económica, pero se sigue experimentando un incremento del desempleo, lo cual es conocido en la economía como “histéresis de desempleo”.³

La apertura económica desarrollada unilateralmente que en forma abrupta impacto a la economía del país desde principios de la década pasada, favoreció la expansión de todo tipo de importaciones, afectando negativamente la competitividad de la producción nacional, lo que significó la pérdida del mercado interior y la contracción de la demanda interna, afectada, además, por el deterioro del nivel de ingreso de la población. El Departamento del Atlántico no fue ajeno a este comportamiento, pero su economía se ha sostenido, pese a la reducción de los puestos de trabajo, y contradictoriamente se disparó la inversión especialmente la extranjera.

La Cámara de Comercio y Fundesarrollo dieron a conocer las cifras del comportamiento económico de Barranquilla y el Departamento del Atlántico en general, para el período Enero - Septiembre de 2009. Se constituyeron 1.749 sociedades, aumentando en 5.2% frente a lo registrado en igual período del año 2008; en el tercer trimestre del presente año el crecimiento fue del 1.5%, en comparación a Julio - Septiembre del año 2008.

El comportamiento de inversión foránea quizás se deba a las gestiones iniciadas por la Alcaldía, con alianzas estratégicas, socios comerciales y misiones comerciales como las desarrolladas con venezolanos, iraníes y otras procedentes de Oriente Medio y Asia.

Adicional a lo anterior, la capital atlanticense continúa en el grupo de ciudades con inflación más baja (6,11%) en comparación con la media nacional de ciudades de comportamiento inflacionario similar.⁴

² RICUPERO RUBENS. “¿Tiene futuro América Latina?”. El Heraldó, 23 de mayo de 2007

³ Ibim, “¿Tiene futuro América Latina?”. El Heraldó, 23 de mayo de 2007

⁴ <http://www.lalibertad.com.co/dia/dic6/ec1.htm>. Indicadores económicos Cámara de Comercio y Fundesarrollo

Frente a este marco, y de acuerdo con los antecedentes cabe la formulación de los siguientes interrogantes:

¿Permiten las condiciones socioeconómicas y financieras establecer la factibilidad y viabilidad de la inversión para la creación de la empresa comercializadora de artesanías en Barranquilla?

¿Qué nivel de infraestructura mínima debe tener una empresa comercializadora de artesanías para que funcione la empresa en términos de sostenibilidad y viabilidad?

¿Cuál es el capital necesario para la creación y funcionamiento de la empresa comercializadora de artesanías a nivel local?

0.2. OBJETIVOS

0.2.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la viabilidad financiera de la Creación de una Comercializadora de Artesanías de la Región Caribe en la Ciudad de Barranquilla.

0.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

- Hacer un estudio de mercado que permita conocer los gustos y las preferencias con relación a las compras de artesanía en la ciudad de Barranquilla.
- Desarrollar un estudio técnico que permita determinar la sostenibilidad y viabilidad de la empresa.
- Desarrollar un estudio financiero que determine el monto de la inversión y el retorno de la inversión en el tiempo estipulado.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto a través de un análisis de sensibilidad de las cifras y la evaluación vía VPN y TIR.
- Determinar la sensibilidad del proyecto frente a los cambios de las variables macroeconómicas que presenta Colombia.

0.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

En Barranquilla por cada dos personas que no trabajan hay una que trabaja, proporción que supera las otras ciudades del país. En lo que se refiere al mercado laboral durante el tercer trimestre del año 2009, se reportó en Barranquilla - Soledad resultados interesantes.

Si bien la fuerza laboral se redujo en 2.522 personas respecto al segundo trimestre del presente año, ésta se incrementó en 492 personas frente al mismo trimestre del año anterior; la ocupación se redujo en 3.008 personas, conllevando a que 3.499 personas más que el año anterior se encuentren desocupadas.

La tasa de desempleo, que fue del 11.4%, se incrementó en 0.5 puntos porcentuales, debido a que el aumento en la desocupación fue significativo. Este comportamiento es un claro síntoma de un mercado laboral más estrecho, comparado con el año inmediatamente anterior. En el caso de los inactivos, 1.840 personas más que hace un año se dedicaron a estudiar, mientras que 10.402 personas adicionales se dedicaron a oficios del hogar.

No obstante este resultado adverso en el tercer trimestre, la tasa de desempleo para el promedio de los últimos 12 meses se mantiene estable en 10.7% durante todo el trimestre, situándose por debajo del promedio de las 13 ciudades y áreas metropolitanas, de 11.3%. El subempleo subjetivo se redujo al pasar del 25.8% a 12.4%. El subempleo objetivo disminuyó del 7.7% a 5.5%.⁵

⁵ <http://www.lalibertad.com.co/dia/dic6/ec1.htm>.
Indicadores económicos Cámara de Comercio y Fundesarrollo

Ante este panorama el proyecto toma vital importancia para determinar la viabilidad de la Creación de una empresa dedicada a la Comercialización de Artesanías de la Región Caribe, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en la vida profesional y en la Especialización que actualmente desarrollamos en “Finanzas y Sistemas”, convirtiéndose a futuro en una empresa generadora de empleo que impulse el desarrollo de la Región y dé a conocer la cultura a través de las artesanías.

El proyecto ayudara a resolver las necesidades creadas por las personas y las empresas que utiliza las artesanías como una forma de intercambio cultural, adicionalmente ayudara al diseño de nuevos productos, plantear nuevas estrategias y evaluar los perfiles de clientes y usuarios de artesanías en Barranquilla. Este proyecto beneficiara a empresas y personas, los primeros a través de información más clara sobre consumidores del sector y los segundos con una mejor y mayor disponibilidad de productos y servicios.

0.4. MARCO TEÓRICO O ESTADO DEL ARTE

0.4.1. El Sector Artesanal y sus Componentes

El Sector Artesanal en Colombia es uno de los de mayor proyección internacional por tener productos representativos de la cultura colombiana, los cuales se determinan, no sólo por su valor cultural sino por la calidad y alto grado de innovación y diferenciación.

Estas características justifican la presencia de la artesanía en los mercados internacionales pese a presentar un volumen de producción muy limitada. Estados Unidos es el principal mercado de las artesanías colombianas, en donde trabajan unos 350.000 artesanos, 70% son mujeres y 1.200.000 obtienen sus ingresos de esta actividad.

Independientemente a lo anterior, el sector se caracteriza por situaciones muy propias y hasta cierto punto, coyunturales:

1. Ausencia, casi absoluta, de formalidad; una mínima parte de quienes se dedican o trabajan en este sector se encuentran organizados a título de comerciantes y una ínfima proporción a título de empresa.
2. Lo artesanal, en la manera como se produce, implica que no se pueda hablar de producción a gran escala o de manera tecnificada y esto trae consigo que no se puedan cumplir con exigencias de volúmenes en mercados foráneos.
3. El trabajo artesanal es poco valorado a nivel local, pero de mucho valor a nivel internacional, sin embargo al no tener una producción tecnificada y con componentes de tecnología impiden competir adecuadamente en mercados internacionales.
4. Lo retirado de algunas regiones impiden el fácil acceso a ellas, y en consecuencia, la salida esas mercancías a la distribución de las mismas.

Especialmente en zonas de los Llanos Orientales y la Amazonia colombiana, regiones que, adicional a su nivel de acceso, tienen innumerables problemas del orden social, en especial la seguridad ante la presencia de grupos al margen de la Ley.

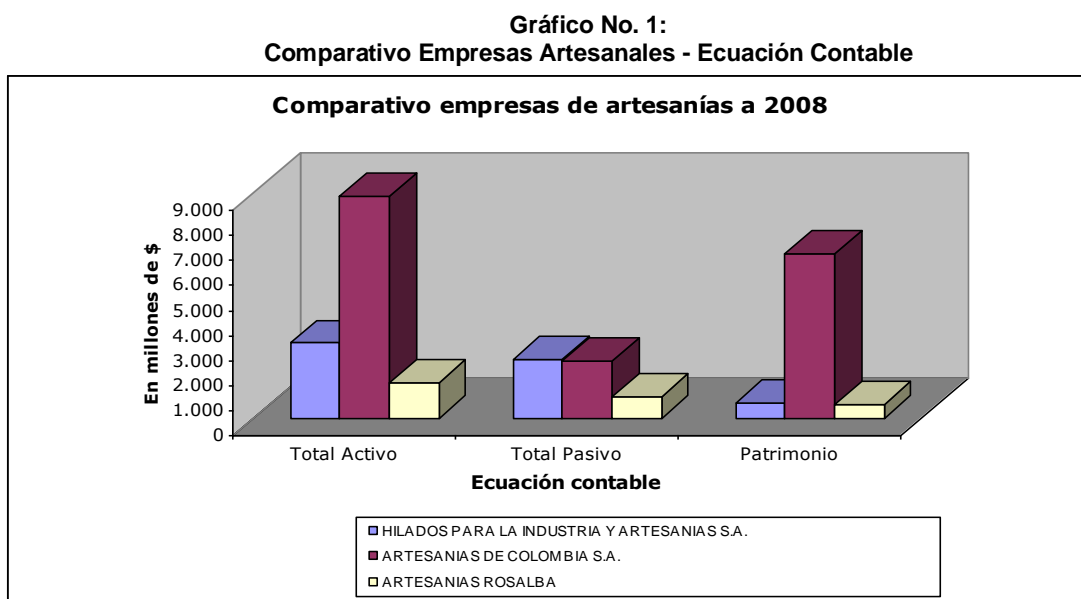
5. Pese a la vasta trayectoria del Sector Artesanal y a sus grandes ventajas competitivas, las artesanías han venido cediendo paso a los productos fabricados en serie gracias al perfeccionamiento de los procedimientos mecánicos de fabricación, sobre todo en núcleos urbanos.
6. El sector carece de una estructura organizacional que permita manejar de mejor manera una interacción real de contactos y clientes, de tal forma que llegue a crearse una negociación sólida y duradera en el tiempo.
7. El bajo, y a veces nulo, nivel de escolaridad de la población artesana y con la ausencia de definición del orden jerárquico de trabajo frente a las tres funciones de la labor artesanal: producción, gestión y comercialización.

De otro lado, la comercialización de estos productos generalmente se limita ferias (que van de localidad en localidad y siempre de acuerdo con el calendario de fiestas patronales), no se hace de manera conjunta o agremiada y se carece, casi que completamente, de un sistema de comercialización. A esto se le suma la gran distancia que media entre productor y consumidor, que suponen un alto costo de movilización y que ha venido fomentando la difusión de nuevas modalidades de comercialización, incrementan riesgos para el artesano como:

- Interferencia de agentes comercializadores carentes de profesionalidad y ética, que lo mantienen alejado de la posibilidad de observación de las tendencias y cambios del mercado.
- Ventas por consignación que le permiten al intermediario disponer de grandes existencias sin inversión ni financiación, trasladando dicho peso económico al artesano.

- Sistemas de economía con tendencia a la subsistencia, con ciclos prácticamente diarios de producción - ingreso.
- Participación en ferias en forma desordenada, sin volúmenes ni calidades adecuados, conduciendo al abandono de la labor productiva por largos periodos.

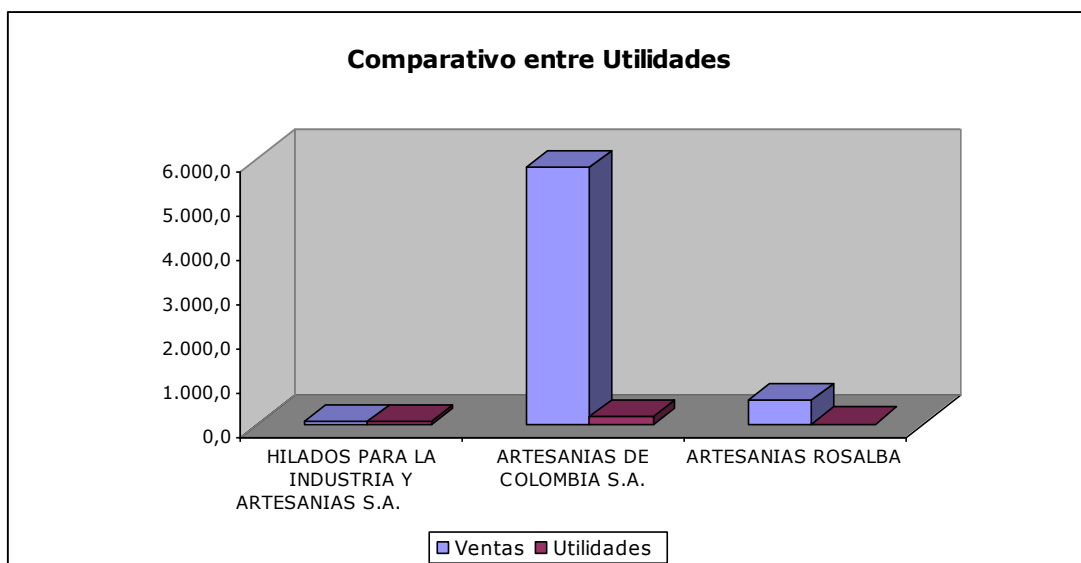
Su nivel de organización del sector, uno de los factores fundamentales para seguir adelante, se evidencia en el hecho que solo existen tres empresas de caracteres significativos y vigilados por la superintendencia de sociedades, el comparativo (según ecuación contable) de ellas es el siguiente:



Fuente: SIREM. **Diseño:** Los Autores. 2009

En el caso de ingresos y utilidades la situación es la siguiente:

**Gráfico No. 2:
Comparativo Empresas Artesanales – Utilidades
Cifras en Pesos**



Fuente: SIREM. **Diseño:** Los Autores. 2009

Se concluye entonces que el sector opera de manera muy informal y que solo tres empresas entran en causal de vigilancia de acuerdo con lo proferido en el Decreto 4350 de 2006.⁶

0.4.2. Acciones para mejorar el Sector

Los esfuerzos de las organizaciones gremiales para la promoción del Sector Artesanal y sus productos han tenido un alcance parcial y sus iniciativas no han sido suficiente factor de coordinación de la producción de los talleres, quedándose sus estrategias en la organización de ferias, almacenes y alguna que otra comercializadora de exigua duración.

Actualmente existen algunos mecanismos de fomento y difusión de los artesanos:

⁶ Fuente: www.supersociedades.gov.co

- **Expoartesanías:** evento en el cual muchos logran establecer contactos. Sin embargo, no todos los artesanos logran llegar hasta esta instancia, de cada diez artesanos que consiguen contactos comerciales para el exterior, sólo dos logran realizar una exportación. La aspiración de exportar se desvanece cuando el artesano se enfrenta con diversas dificultades, especialmente las directamente relacionadas con el proceso mismo de las exportaciones, los trámites ante DIAN y ante el proceso de Registro de certificación de origen.

- **Portales de Artesanías Colombianas:** que aunque comercializan gran variedad de productos con diversas técnicas, materiales, tamaños y diseños, no alcanzan a cubrir la necesidad de promoción de los artículos artesanales colombianos tan apetecidos a nivel internacional, ni aportan al artesano todas las herramientas necesarias para abrir mercados fácilmente sin tener que invertir un solo centavo.

- **ONG's:** Organizaciones tipo Actuarfamiempresa, Agape, Bancamia y otras impulsadoras del microcrédito han intentado sumarse a los esfuerzos por mejorar el sector, pero el artesano es un poco reacio y prevenido ante las exigencias de éstas al momento de otorgar recursos para que ellos trabajen, en especial lo relacionado con las centrales de riesgo y el respaldo patrimonial. Por demás estaría decir que las tasas de microcrédito son ostensiblemente mayores a los de los créditos del sector financiero y con unos plazos sensiblemente más reducidos.

Aunque se hacen intentos, en forma individual, organizaciones gremiales, gubernamentales y no gubernamentales, la mayoría de éstos no alcanzan a cubrir todas sus necesidades, abriendo la posibilidad a otras oportunidades comerciales.

0.4.3. Oportunidades que plantea el Sector:

La década de los 90's fue crucial para la economía del país, no solo se tuvo el apagón, la reforma laboral y la consolidación de la legislación del sector financiero, también se tuvo la apertura económica enmarcada en los procesos de globalización que vive la economía mundial. Estos procesos supusieron, y así se dio, un crecimiento del comercio exterior colombiano como respuesta al déficit continuo de la Balanza Comercial. Pero también se vio el cierre de numerosas empresas que no estaban preparadas para enfrentar la entrada masiva de nuevos productos y el consecuente incremento del desempleo, situación que aunque ha mejorado no ha llegado a las metas establecidas por el Gobierno del actual Presidente Álvaro Uribe Vélez.

No obstante a lo anterior, el Estado ha venido suscribiendo tratados internacionales tendientes al incremento y diversificación de la oferta productiva exportable con la utilización de instrumentos facilitadores de la labor exportadora que consoliden y estimulen su desarrollo, a tal punto que establece políticas e incentivos económicos y fiscales a las empresas exportadoras de productos no tradicionales. Entre otros Colombia ha suscrito tratados con:

- El Salvador, Guatemala y Honduras: Llamado de los países del Triángulo Norte de Centroamérica (El Salvador, Guatemala y Honduras), permite incrementar las oportunidades comerciales para bienes y servicios, aprovechar las complementariedades de sus economías y promover las inversiones mutuas.
- El tratado AELC: Suscrito con Islandia, Noruega y la confederación Suiza, solo para la parte agrícola de cada país pero en forma individual no grupal.
- Acuerdo comercial con Canadá: contempla solo el intercambio comercial con el Canadá, tanto en bienes como en servicios, pero es de especial atractivo en materia de flujos de inversión.
- CAN: Comunidad andina de naciones, antes pacto andino o acuerdo de Cartagena.

- CARICOM: acuerdo de cooperación económica con Centroamérica.
- Mercosur - CAN: surge a partir de la asociación de Chile a la CAN ya que éste país forma parte directa de Mercosur.
- G3: México, Colombia y Venezuela: buscando la triangulación de los productos colombianos por medio de la participación de México en el tratado con EU y Canadá.

El Estado Colombiano contribuye al progreso del Sector Artesanal mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo del producto y la capacitación del recurso humano, impulsando la comercialización de artesanías Colombianas como el sistema de información (SIART) Sistema de Información Integral, orientado para ofrecer vía Internet, información, capacitación y asesoramiento a los diversos actores vinculados o interesados en el sector artesanal. Su finalidad es contribuir a la competitividad e inversión del sector en los mercados nacionales e internacionales.

A nivel Nacional, la organización del sector traería como consecuencia un mercado potencialmente atractivo si se tienen en cuenta las siguientes cifras:

- Demanda gran cantidad de mano de obra, debido a la forma intrínseca como se trabajan los productos se calculan unas 350.000 personas entre directas e indirectas.
- La mano de obra sale relativamente barata en comparación frente a la de otros sectores pues no precisa de mayor especialización.
- El 70% de los vinculados al sector artesanal son de dedicación exclusiva.
- Puede favorecerse de las políticas fiscales por creación de empleos, en especial la Ley 905.

- Si se observan los tratados internacionales sería considerado como uno de los sectores de mayor proyección internacional, debido a virtudes tales como ser un producto representativo de la cultura colombiana y determinado no sólo por la agregación de valor cultural sino por su calidad y grado de innovación y diferenciación.
- La Costa Atlántica presenta una diversidad de productos artesanales desde las sabanas de Córdoba y Sucre hasta la península de la Guajira debido a su diversidad etnia y su cultura.

Las anteriores características propician el escenario para establecer empresas con cobertura nacional o internacional. Ahora bien, como es la situación actual que se vive en la Región Caribe, con respecto al sector artesanal?; Las estadísticas suministradas por el anuario estadístico del Atlántico muestran la siguiente población ocupada en el oficio, por Departamentos en la Región Caribe y según registro oficiales:

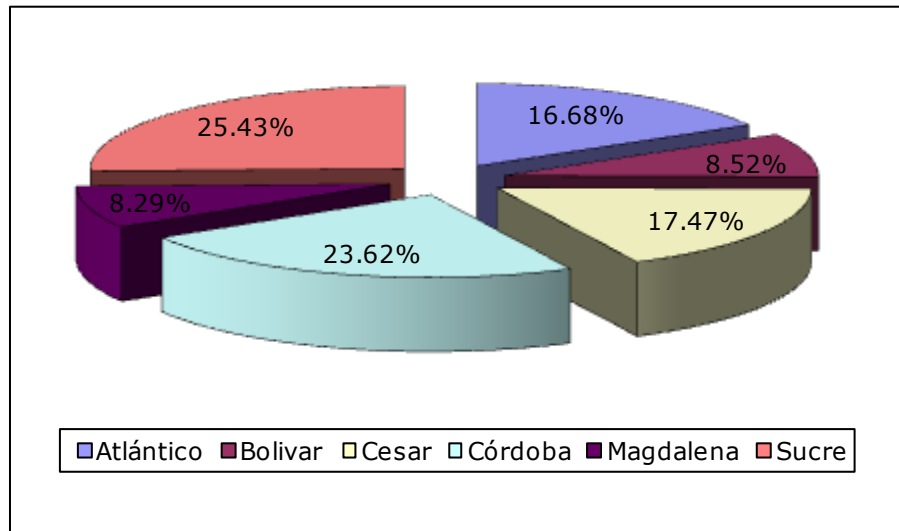
Tabla No. 1:
Población ocupada en el Oficio por Departamento

Departamento	Población	% participación
Atlántico	3.883	16,68%
Bolívar	1.983	8,52%
Cesar	4.067	17,47%
Córdoba	5.499	23,62%
Magdalena	1.929	8,29%
Sucre	5.919	25,43%
Totales	23.280	100,00%

Fuente: Anuario Estadístico del Atlántico

Gráficamente se tiene:

Gráfico No. 3:
Participación por Departamento en la Costa Atlántica



Fuente: DANE. **Diseño:** Los Autores

Como se observa, el Departamento del Magdalena es el que menos población censada en este oficio tiene, esto se debe quizás a lo cerrada que son las etnias Koji y otras que habitan la Sierra Nevada de Santa Marta. La parte sabanera es la de mayor ocupación en este oficio, y es de tradición en estas regiones que familias enteras vivan de la venta de sombreros, hamacas, mochilas y sandalias de uso tradicional en esa región del país.⁷

⁷ **Observación:** Es necesario aclarar que se trata y trabaja con población censada oficialmente, por lo que la cifra puede tender a crecer en la práctica pero se diluyen al no tener un registro oficial sobre el cual trabajar.

0.5. DISEÑO METODOLÓGICO

0.5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

En el desarrollo de esta investigación debido a sus características es de tipo **descriptivo**, pues basados en una serie de cifras estadísticas, en comportamientos de consumo, períodos de alta demanda e información de fuentes primarias y secundarias, se pretende establecer qué tan viable puede ser el montaje y puesta en marcha de una Comercializadora de Artesanías en la Ciudad de Barranquilla. Por la naturaleza del Proyecto, y amarrado a sus objetivos, estas fuentes proporcionarán información de tipo cualitativo y cuantitativo.

0.5.2. Técnicas de Recolección de la Información

Fuentes primarias:

- Encuesta sobre el consumo de artesanías.
- Consulta sobre nivel de ventas en establecimientos dedicados a la actividad de Comercialización de Artesanías.
- Entrevista a empresarios de este Sector.

Fuentes secundarias:

- Información Estadística financiera en Supersociedades.
- Información de comerciantes establecidos en la Cámara de Comercio de Barranquilla.
- Estudios del Sector.
- Documentales en televisión Regional.

Se utilizará como base de cálculo para la determinación de la muestra a una población de 2.500 personas en diferentes grupos etarios y de diversas condiciones y capacidad de compra.

0.6. MÉTODO DE ESTUDIO

El trabajo se realizará mediante el análisis y confrontación de la información generada por fuentes primarias y secundarias, y por medio de un análisis de factibilidad y sensibilidad se determinará la viabilidad que tiene el montaje de la empresa Comercializadora de Artesanías de la Región Caribe.

Por la forma como está configurado y concebido el trabajo se empleará como método de estudio es el deductivo, pues tiende a examinar un tema o problema de investigación que va de lo general a lo particular, por lo cual se tienen muchas dudas y no se había abordado antes. Sirve para familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos, aclarar conceptos. Es el punto de partida para la formulación de otras investigaciones con mayor profundidad.

De manera complementaria se emplearán datos e información histórica con el fin de utilizarlas como bases para proyectar situaciones a futuro.

0.7. POBLACION OBJETO DE ESTUDIO Y MUESTRA

Por ser un producto que no precisa una edad o condición social para su compra, pero si un nivel de ingreso, se tratará de tomar una población económicamente activa y en un rango etario superior a los 30 e inferior a los 60 años. Se pensó en este rango de edades pues es la franja en que el ser humano es más activo económicamente y que su decisión no se supedita a la de un tercero sino que es de libre albedrío.

Al momento de diseñar la encuesta se tendrá como premisa la relación social entre el entrevistador y en el encuestado, al considerar preguntas cortas, sintéticas y precisas sobre el tema a tratar. La aplicación de las encuestas será

responsabilidad de los integrantes del proyecto y se persigue conocer las preferencias, cualidades y características de las compras de Artesanías en las empresas que venden Artesanías en la Ciudad de Barranquilla.

Para éste acápite se tomará, por muestreo de acuerdo con la fórmula:

$$n = N / (1 + NE^2)$$

Donde:

N = Población total estimada

n = Cantidad o muestra a utilizar

E = 10% margen o porcentaje de error

Como ya se dijo anteriormente, para una población total de 2.500 personas, repartidas de diferentes estratos sociales y con un margen de error del 10%, se estimó un total de 95 encuestas aplicando la fórmula anterior así:

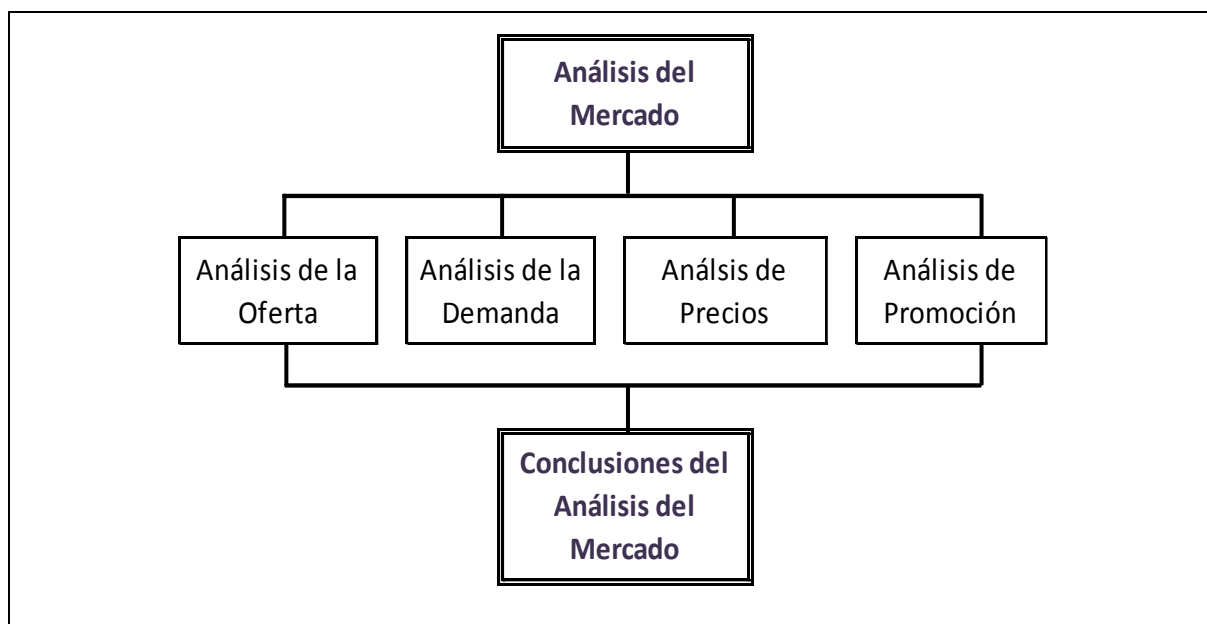
Tabla No. 2:
Datos de Población Estudio y Muestreo

Población	2.500
Margen error	10%
A aplicar	95

1. ESTUDIO DE MERCADO

Como se sabe, por mercado se entiende al área en el que confluyen las fuerzas de los oferentes y demandantes para realizar transacciones que tienen por objeto suplir las necesidades de los consumidores de un determinado bien o servicio, por los cuales se cancela un precio como valor de intercambio. Mientras que un Estudio de Mercado consiste en la determinación y cuantificación de las fuerzas en las que influyen en el medio que rodea al proyecto, así como del análisis de precios y estudio de comercialización o promoción mediante el siguiente esquema de trabajo extraído del manual de Formulación y Evaluación de Proyectos de Manuel Bacca Urbina:

Gráfico No. 4:
Análisis del Mercado - Esquema de Trabajo



Fuente: Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Manuel Bacca Urbina.

Diseño: Los Autores. 2009.

Sus objetivos son:

- Definir la demanda, oferta y formas de promoción de los productos artesanales a comercializar.

- Explicar el procedimiento general realizado en el estudio de mercado, y la incidencia de éstos en cálculos posteriores.

1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y LINEAS DE PRODUCTOS

Por producto se entiende a todo bien tangible que contribuye a la satisfacción de una necesidad presentada en un grupo de consumidores, por el cual ellos cancelarán a quien ofrezca un precio o valor de intercambio. En este proyecto se pretende cubrir la demanda relacionada con productos Artesanales de la Región Caribe, en especial:

- Hamacas



- **Sombreros Volteaos**



- **Mochilas Tipo Wayuu**



- **Botas para licor**



- **Telares**



- **Sandalias**



- **Accesorios**



Además se analizará la forma como se comercializan estos productos desde su sede en la Ciudad de Barranquilla. El tipo de producto que se ofrece es de naturaleza no perecedera, no consumible por los seres humanos y de manejo semicotidiano y ante la variedad que puede ofrecerse, el consumidor puede escoger de acuerdo a la conveniencia o a las condiciones que cada uno de los oferentes le presente.

1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Por demanda se entiende a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita en busca de la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. La demanda como tal obedece a las condiciones del mercado, y este proyecto se basa en los resultados de las encuestas realizadas, que fueron satisfactorios, los productos más solicitados (en su orden) son: ⁸

- Sombreros Volteaos
- Sandalias
- Accesorios
- Botas para licor
- Mochilas tipo Wayuu
- Hamacas
- Telares

Por la naturaleza del producto, o productos a comercializar, sería muy complejo tratar de establecer un tipo de cliente para los mismos, sobretodo porque no existe un comportamiento de compra para ellos, pues como se establece a continuación, obedece a situaciones de temporada y fiestas, así como eventos en donde se congregan a grupos artesanas o gremios con el objeto de dar promoción a sus productos.

⁸ **Observación:** En este aparte es necesario hacer una aclaración, las épocas o temporadas para la ventas de este tipo de artesanías son carnavales (Atlántico y Magdalena), 11 de noviembre (Bolívar), Fiesta del Mar (Magdalena), Festival Vallenato (Cesar), Reinado de la Ganadería (Córdoba y Sucre), Maja Colombiana (Sucre), por lo tanto los picos se presentan de acuerdo con la fluctuación de los períodos de festividades. Circunscribiéndose al Departamento del Atlántico, y concretamente a Barranquilla, se encontraron dos grandes cimas: carnavales (primer trimestre del año) y feria artesanal y folclórica (junio y diciembre) lo que implica que se presenten sesgos en los resultados de la proyección.

1.3. Proyección de la Demanda


Los métodos de proyección de la demanda varían de acuerdo a diversos factores, el escogido fue el del promedio y la tendencia de las cifras, los valores a continuación consignados van sobre el entendido que dependen en muy buena medida de los procesos inflacionarios del País y de la Región, y que además solo se tomaron de la única fuente que pudo suminístralo sin reparos, en consecuencia pueden presentar algunos sesgos como se anotó anteriormente:

Tabla No. 3:
Comportamiento Histórico de las ventas por producto
Cifras en Unidades

Meses	Sombreros	Sandalias	Accesorios	Botas Licor	Hamacas	Telares
Enero	4.500	350	5.960	850	3	10
Febrero	6.000	700	12.984	970	5	12
Marzo	3.600	310	8.034	320	3	9
Abril	1.200	80	1.240	40	2	4
Mayo	850	90	1.509	60	6	5
Junio	3.400	120	1.520	30	4	3
Julio	7.600	95	2.090	35	2	7
Agosto	2.200	80	1.500	18	3	12
Septiembre	1.800	73	1.600	10	1	3
Octubre	950	60	1.450	12	1	6
Noviembre	1.200	70	2.980	10	2	7
Diciembre	3.200	115	5.639	10	5	10
Totales	36.500	2.143	46.506	2.365	37	88

Fuente: Feria Artesanal. 2009

Tabla No. 4:
Estimaciones de promedio y tendencia de acuerdo con datos históricos
Cifras en Unidades y en Pesos

	Sombreros	Sandalias	Accesorios	Botas Licor	Hamacas	Telares
Promedio	3.042	179	3.876	197	3	7
Tendencia	4.288	373	6.516	588	4	8
Vlr. Promedio	\$ 25.500	\$ 23.400	\$ 2.800	\$ 16.100	\$ 398.700	\$ 305.000

Fuente: Feria Artesanal. 2009

Como se observa existe un período de alta demanda (primer trimestre del año), así como otro de mediana demanda (último trimestre). Cabe anotar que los

precios oscilan de acuerdo a la calidad de la artesanía y el material en ella invertido.

Tabla No. 5:
Total Esperado de la Demanda y Ventas
Cifras en Pesos

Años	Sombreros	Sandalias	Accesorios	Botas Licor	Hamacas	Telares
2010	\$ 1.162.246.140	\$ 62.618.563	\$ 162.604.322	\$ 47.546.887	\$ 18.420.993	\$ 33.515.645
2011	\$ 1.449.088.487	\$ 78.072.824	\$ 202.735.069	\$ 59.281.459	\$ 22.967.294	\$ 41.787.306
2012	\$ 1.804.984.620	\$ 97.247.510	\$ 252.526.802	\$ 73.840.985	\$ 28.608.061	\$ 52.050.268

Fuente: Calculo de los Autores

Año base	2010	2011	2012
Inflación (py)	4,06%	3,90%	3,80%
Crecimiento (py)	20%	20%	20%

Fuente Proyecciones: <http://investigaciones.bancolombia.com/inveconomicas/home/homeinfo.aspx>

Cobertura de la Demanda: 32% (basada en información recolectada)

Años	Sombreros	Sandalias	Accesorios	Botas Licor	Hamacas	Telares	TOTALES
2010	\$ 371.918.765	\$ 20.037.940	\$ 52.033.383	\$ 15.215.004	\$ 5.894.718	\$ 10.725.006	\$ 475.824.816
2011	\$ 463.708.316	\$ 24.983.304	\$ 64.875.222	\$ 18.970.067	\$ 7.349.534	\$ 13.371.938	\$ 593.258.381
2012	\$ 577.595.078	\$ 31.119.203	\$ 80.808.577	\$ 23.629.115	\$ 9.154.579	\$ 16.656.086	\$ 738.962.639

Fuente: Calculo de los Autores

1.4. OFERTA

Por oferta se entiende a las cantidades de bienes y servicios que un grupo de productores u oferentes colocan a disposición de un grupo de demandantes en el mercado, por los cuales los segundos cancelan a los primeros unas unidades monetarias para la satisfacción de sus necesidades.

Al igual que la demanda, la oferta también obedece a múltiples situaciones de mercado y entre las principales tenemos:

- De Mercado Libre: iguales condiciones y circunstancias para todos los oferentes.
- De Mercado Oligopólico: Existe un dominio de unos cuantos productores quienes determinan el nivel de los precios en consenso con los demás o sin él.

- De Mercado Monopólico: Es aquel en el que un solo productor domina ampliamente el mercado y con él la competencia es muy difícil.

El tipo de mercado que presenta el proyecto es más bien Oligopólico, pues generalmente son los mismos oferentes frente a un diverso número de demandantes.

Los competidores están identificados tanto por su nombre comercial como por su ubicación geográfica, si tomamos como delimitación la ciudad de Barranquilla encontramos los siguientes competidores: Artesanías Diana, Artesanías Amaguaña, Artesanías Cleopatra, Artesanías Stela Echeverri, Artesanías Galvac, Artesanías Lumian, Artesanías San Nicolás, Artesanías Jogen, todos ubicados en el Distrito de Barranquilla. Son variadas, pero localizadas, si tomamos por ejemplo las Artesanías Stella Echeverri, ubicada en el Aeropuerto Ernesto Cortissoz, en el área dentro del Puente Internacional, son productos tipo exportación con venta al detal, la mayor característica de estos competidores está fijada por los precios, la calidad y el diseño que las hacen diferentes de los demás, ya que los productos son elaborados con algunas características especiales, de igual manera estas características están complementadas a saber.

Los Comercializadores de Artesanías carecen de programas de Marketing, así como de estrategias publicitarias, no se utilizan medios impresos, ni material televisivo y en términos generales no hay una política clara con referencia al Marketing que estas empresas deben tener. Realmente los participantes en este negocio se han preocupado más por vender que ser competitiva a saber:

- No hay estandarización de procesos.
- No existe una fijación de precios competitivos.
- Calidad de los productos.
- Cantidades de los productos con los requisitos anteriormente enumerados.

- No hay un proceso de capacitación continuada para mejorar los procesos y procedimientos artesanales, esto conlleva a que las comercializadoras no tengan una política clara de competitividad a que es un medio complejo y heterogéneo.
- No existen registros, ni estadísticas concretas del sector pues la mayoría de los establecimientos no se encuentran legalmente constituidos o solo tiene la calidad de comerciantes. De hecho ninguna de las empresas vigiladas está radicada en la Región Caribe.

Por lo anteriormente expuesto se tiene un nivel de oferentes que presentan un denominador común: una total ausencia de organización y mentalidad de empresa, la mayoría ha realizado el trabajo de generación en generación, no poseen una estructura de costos, no tienen una visión de mercadear los productos, generalmente el interesado es el que llega hasta ellos, y no están formalizados aunque su oficio esté reconocido como medio de trabajo y productividad.

1.5. NIVEL DE PRECIOS

Por precio se entiende a la cantidad de unidades monetarias que un potencial consumidor cancela o paga y recibe como contraprestación la adquisición de un bien o la prestación de un servicio. El precio siempre se traduce en el valor de cambio de una necesidad. Los precios se tomaron con referencia a los suministrados por los representantes de la feria artesanal que periódicamente se realiza en la Ciudad de Barranquilla, los cuales están a valor promedio así:

Tabla No. 6:
Precios Promedio de Mercado
Cifras en Pesos

Sombreros	Sandalias	Accesorios	Botas Licor	Hamacas	Telares
\$ 25.500	\$ 23.400	\$ 2.800	\$ 16.100	\$ 398.700	\$ 305.000

Fuente: Análisis técnico económico micro empresarial artesanal SENA
Cámara de comercio de Barranquilla. 2009

1.6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

La empresa que se va a construir es una Comercializadora tanto de productos Artesanales en la Ciudad de Barranquilla donde confluye una población marcada por el turista extranjero y además por los propios habitantes de esta ciudad, se evidencia que productos autóctonos de la Región Caribe, y que representan nuestra cultura, serán objeto de comercialización.

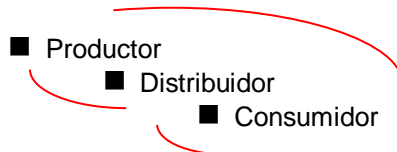
En cuanto a las características y comportamiento del consumidor a futuro según fuentes de artesanías de Colombia, está determinado por la originalidad en un 15%, el precio 10%, diseño 39% y expresión cultural 36%.⁹

En cuanto a las tendencias del futuro del mercado están determinadas a que estos productores no sean solamente un objeto decorativo si no que al mismo tiempo suplan una necesidad. (Ejemplo: La lámpara, sirve para adorno y para alumbrar la casa).

El consumidor de este tipo de artesanías, exceptuando al extranjero, se caracteriza por que su decisión de compra se basa primordialmente en el factor precio, la calidad si bien es importante es el valor a pagar lo que realmente influye en la opción final de compra, porque por lo general esta clase de productos son adquiridos generalmente en forma unitaria, por tanto cualquier compra de más de un producto significa un gran ahorro para el consumidor.

⁹ Fuente: **Subgerencia Comercial Artesanías de Colombia**. Características y comportamiento del comprador.

La mezcla se enfoca en tres grandes aspectos: Producto, Precio, Distribución, además de la comunicación con el cliente o relaciones públicas y con el distribuidor. En este aspecto, miremos que los productos, el precio y la distribución varían dependiendo del sector de donde provengan las artesanías y/o manualidades, identificando que para cada producto y precio existe un tipo de clientela, muy específica y por ende los canales de distribución, en cuanto a la comunicación con el cliente es directa e interpretativa dependiendo de las necesidades y requerimiento del mismo, es importante identificar sus necesidades o requerimientos por cuanto cada uno de los competidores que hay en el mercado, tienen algunas especialidades, ya que algunos se dedican a la Bisutería, Orfebrería o Tejidos para lo cual podemos citar como ejemplo, la Orfebrería Joel, especialistas en poteras y jarrones en alto relieve, en cuanto con el distribuidor (el que comercializa) no hay intermediarios entre este y el productor o artesano determinado al siguiente canal de distribución:



Como se entenderá la empresa estaría en el segundo eslabón de la cadena de distribución.

2. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo general de todo estudio técnico consiste en definir la infraestructura de un proyecto de inversión, mostrar las diferentes áreas productivas y la forma como la administración define las relaciones de jerarquía, en función inicialmente de la proyecciones de ventas en el mercado y el tamaño de la planta, considerando además los aspectos básicos de la ingeniería que el producto requiere y a los cuales es pertinente. De manera específica se tiene que establecer el tamaño de la planta con base en consideraciones cuantitativas y cualitativas, así como la localización de la misma.

2.1 TAMAÑO Y LOCALIZACION

- **Tamaño del mercado.** Con base en la demanda insatisfecha se establece la relación demanda - cobertura - tamaño, que generará el área de influencia o sector a atacar del mercado.

- **Disponibilidad de materias primas.** En el mercado nacional es posible conseguir todos los elementos indispensables para la comercialización de artesanías, así como los accesorios y demás objeto de negociación.

- **Disponibilidad de capital.** Se ha establecido una Sociedad Limitada por los Señores, Bertha Bastidas Barrios, Victor Higuera Riveros y Liliana Rodríguez Pulido, quienes son los socios capitalistas y fundadores de la empresa. Ellos cubren el 40% de lo que se requiera para la creación, montaje y arranque de la empresa. El restante 60% se ha de contratar con entidades crediticias de la ciudad.

- **Localización del proyecto.** *Comercializadora de Artesanías Ltda.*, estará ubicada en las instalaciones del centro comercial Tierra Santa, sobre la carrera 45

entre calles 70 y 72 de la ciudad de Barranquilla. Se escogió este lugar por la cercanía con el lugar donde tradicionalmente se ubica la feria artesanal (inmediaciones del Estadio Romelio Martínez), equidista con almacén el Arawako (situado sobre la carrera 46 entre calles 70 y 72), La Tienda del Artesano (esquina de la calle 72 con carrera 46) y sobre la calle 72 con carrera 53, Solo Artesanías. Esto debido a que, por principios de mercadeo, la competencia crea mercado y motiva a una mejor prestación del servicio.

2.2. ADQUISICIÓN DE EQUIPO Y MOBILIARIO

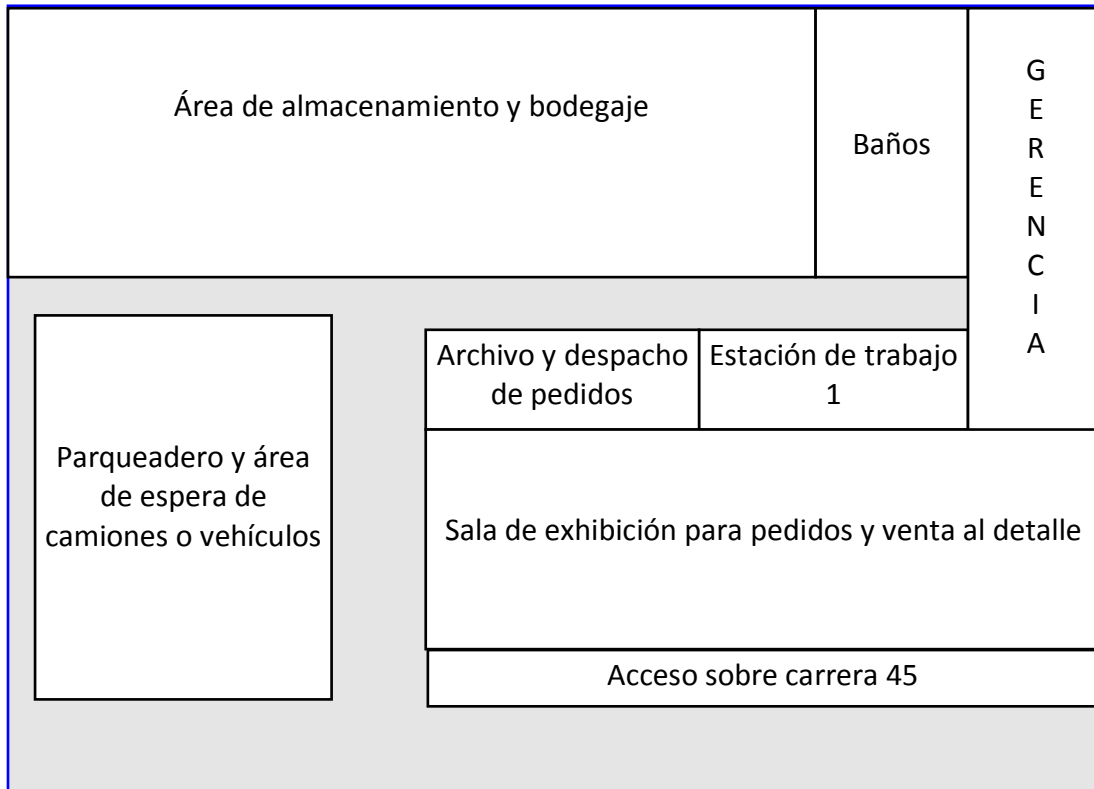
Por su configuración, la empresa contará con equipos de oficina, bodega de almacenamiento, sala de exhibición, software y equipos de comunicaciones así:

- 2 PC de escritorio (uno para facturación y otro para administración)
- Software para contabilidad, nómina e inventarios
- Estantería para la sala de exhibición
- Estantería para el área de almacenamiento
- Impresora
- Muebles y enseres

2.3. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

Para la correcta distribución del proyecto, se tuvo en cuenta el área que ocuparían los estantes, equipos y mobiliario en general. Como se sabe, la distribución en planta debe ser lo más óptima posible con el fin de utilizar racionalmente los espacios con los que se cuenta y así abaratar costos (en términos de subutilización, movimientos y tiempos). El diagrama de la distribución en planta se observa a continuación:

**Gráfico No. 5:
Distribución Física de la Comercializadora**

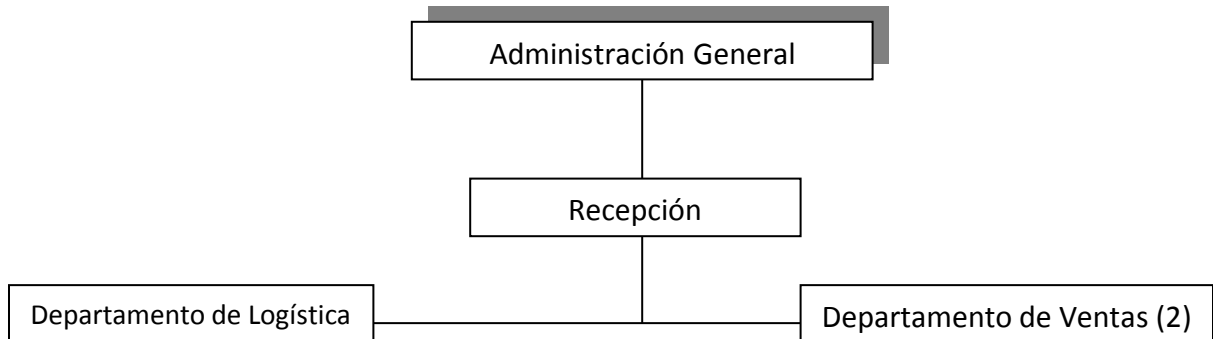


Diseño: Los Autores. 2009

2.4. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.

La empresa responderá a la razón social: Comercializadora de Artesanías Limitada, y corresponde al tipo jurídico de las sociedades limitadas, para cuya creación se presenta en formato legal la respectiva acta de constitución. Orgánicamente está jerarquizada como sigue:

**Gráfico No. 6:
Organigrama de la Comercializadora**



Diseño: Los Autores

Los cargos fundamentales: El Administrador General y Coordinador Logístico serán asumidos por los socios con una remuneración mensual de dos (2) salarios mínimos legales vigentes, el administrador hará las veces de Representante Legal, mientras que la secretaria vendedora (Recepción), devengará 650.000 y los vendedores un SMLV más el 1% de comisiones liquidadas sobre el valor del pedido. Todos con contrato laboral a término definido de un año mientras se ve como es el comportamiento general de la empresa.

2.4.1. Manual de Funciones

Cargo: Administrador

Remuneración: Dos (2) SMLV

Requisitos: Profesional en Administración de Empresas o Afines

Funciones:

- Coordinar las labores administrativas, flujo de efectivo y relaciones con el Sector Financiero así como la planeación tributaria tanto del orden nacional como del orden territorial.

- Representar legalmente a la empresa en todo lo relacionado con la DIAN, entes de control y supervisión, así como contratos y relaciones civiles contractuales y extracontractuales hasta donde lo permitan sus atribuciones.
- Delegar y responsabilizar a cada trabajador por el uso de los equipos a su cargo, así como títulos valores y efectivo de la empresa.
- Es el responsable de la operación de la empresa y debe responder ante los socios por los resultados obtenidos.

Cargo: Secretaria Vendedora

Remuneración: 650.000

Requisitos: Tecnóloga o Profesional en Administración de Empresas

Funciones:

- Recepcionar pedidos, solicitudes y mantener al día las labores en la oficina.
- Acatar las directrices que establezca la administración y velar porque las demás personas las acaten de la mejor forma posible.
- Establecer relaciones de supervisión y coordinación con la parte logística y el cuerpo de ventas.
- Atender al público en general así como las visitas de entes fiscalizadores u organismos de vigilancia y control de acuerdo con lo que establezca la Administración.
- Ser la intermediaria entre la administración y los demás cargos existentes en la empresa.

- Delegar y establecer responsabilidades para la correcta realización de las labores encomendadas.

Cargo: Coordinador Logístico

Remuneración: dos (2) SMLV

Requisitos: Profesional en Administración de Empresas o Afines

Funciones:

- Coordinar las labores de recepción, entrega, cargue, descargue, embalaje y procesos tendientes al recibo de las mercancías y puesta de las mismas a los clientes según las especificaciones de los mismos.
- Es el responsable de los envíos de la mercancía y el puente entre el transportador y el cliente.
- Se debe responsabilizar de los activos entregados para el cabal desempeño de sus actividades logísticas.
- Estar pendiente de los inventarios mínimos y máximos por productos, así como de hacer las requisiciones del caso a la secretaria para mantener un inventario suficiente que permita la normal operación del negocio.
- Es el responsable de la operación logística de la empresa y debe responder por los tiempos de entrega y recibo.

2.5. ASPECTOS LEGALES

Certificado de Homonimia e inscripción en Cámara de Comercio:

Todas las empresas que legalmente se constituyan deben inscribirse ante la Cámara de Comercio, y antes de eso debe solicitar ante este ente el Certificado de Homonimia, en donde consta que no existe ninguna otra sociedad que se llama igual y que se encuentre domiciliada en la Ciudad de Barranquilla. El trámite demorará cerca de dos días hábiles y su expedición da vía libre para seguir actuando dentro de los parámetros legales que exige la legislación colombiana. Una vez se ha pasado por este trámite se procede a cumplir el lleno de los demás requisitos que exige la Ley.

Trámite del NIT y del RUT:

Ante la DIAN se debe tramitar el RUT (Registro único Tributario) que luego dará origen al NIT o cédula de la empresa, documento ante el cual la empresa como tal es reconocida como ente autónomo por la nación.

Certificado de Bomberos:

Una vez se ha constituido legalmente una empresa, se exige el certificado de bomberos, este acredita que la empresa tiene los elementos mínimos ante un eventual incendio, se debe tener en un lugar visible y lo exige la autoridad respectiva, llegado el caso.

Trámite ante Planeación Distrital:

El Distrito y el Departamento exigen el trámite ante planeación, en especial lo referente al uso del espacio público que pudiere llegar a usufructuar la empresa, se debe cancelar independientemente del negocio que se va establecer.

Avisos y Tableros:

Este impuesto se debe cancelar ante el Distrito y tiene como particularidad que, él no se tramita hasta tanto no se tengan agotadas las instancias anteriores. Este, se tramita conjuntamente ante la Dirección de Impuestos Distritales (DID), y generándose el registro ante Industria y Comercio Distrital.

Certificado Sayco y Acinpro:

Este certificado no aplica por el tipo de negocio.

Certificado de Dadima:

El Dadima es el Departamento destinado a la preservación del medio ambiente y ante este ente se debe tramitar un certificado.

Apertura de Cuenta Corriente:

Se escogió al Banco de Occidente, para hacer las operaciones por ser la que mejor condiciones le brinda a la empresa por medio del paquete integrado de servicios que este banco ofrece a los clientes, tales como la cuenta corriente con el grupo AVAL, que tiene cubrimiento a nivel nacional y la cuenta de ahorros. Ante esta entidad se tramitará la línea de crédito para financiar el resto del proyecto.

3. ESTUDIO ECONÓMICO

El objetivo de este capítulo consiste en definir la estructura económica del proyecto, relacionando costos, gastos y utilidades, estableciendo el punto de equilibrio, el costo de capital, el monto de la inversión y el tipo de financiación, desembocando finalmente en los estados financieros proyectados.


3.1 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Artesanías y accesorios:

De acuerdo con los niveles de la demanda, se establece una política de compras, de tal manera que no implique que la empresa caiga en períodos de desabastecimiento y que potencialmente pueda incumplir a los clientes.

Por estadística se tiene que el Margen de Utilidad promedio oscila entre un 16.67% y un 25.93%, por lo que los costos vienen a ser, en promedio, de un 78.87%, determinado así:

Tabla No. 7:
Costo Promedio de los Productos
Cifras Porcentuales y en Pesos

	Sombreros	Sandalias	Accesorios	Botas de Licor	Hamacas	Telares
Vlr. Venta Promedio	\$ 25.500	\$ 23.400	\$ 2.800	\$ 16.100	\$ 398.700	\$ 305.000
Costo Promedio	\$ 21.250	\$ 18.000	\$ 2.295	\$ 12.880	\$ 306.692	\$ 225.926
% Costo	83,33%	76,92%	81,97%	80,00%	76,92%	74,07%
Margen de Utilidad	16,67%	23,08%	18,03%	20,00%	23,08%	25,93%

Fuente: Análisis Técnico Económico micro empresarial Artesanal SENA. 2008
Cámara de comercio de Barranquilla

Para determinar los Costos totales de Comercialización de los productos, se establecerán por medio de un promedio ponderado, basado en estimaciones encontradas en las encuestas realizadas en las Ferias Artesanales realizadas en la ciudad, de las cuales, se formó un porcentaje con base de los costos de

comercialización de estas, el cual resulto del 71.5%, para cada uno de los productos, dando como resultado las siguientes cifras:

Tabla No. 8:
Costos Totales Anuales por Producto
Cifras en Pesos

Años	Sombreros	Sandalias	Accesorios	Botas Licor	Hamacas	Telares
2010	\$ 265.921.917	\$ 14.327.127	\$ 37.203.869	\$ 10.878.728	\$ 4.214.723	\$ 7.668.380
2011	\$ 331.551.446	\$ 17.863.062	\$ 46.385.784	\$ 13.563.598	\$ 5.254.917	\$ 9.560.936
2012	\$ 412.980.481	\$ 22.250.230	\$ 57.778.132	\$ 16.894.817	\$ 6.545.524	\$ 11.909.101

Fuente: Feria Artesanal. 2009
Cálculos: Los Autores

Costo del Personal:

Como todos van con un Contrato Laboral, se tienen en cuenta para el Costo los porcentajes actuales aplicables de acuerdo con lo preceptuado en la Ley 789 de 2002, así:

Tabla No. 9:
Estimación de Salarios
Cifras en Pesos

Cargo	Número de Cargos	Salario Mensual	Transporte	Salario Total	Salario Anual
Administrador	1	\$ 1.030.000	\$ 0	\$ 1.030.000	\$ 12.360.000
Coordinador	1	\$ 1.030.000	\$ 0	\$ 1.030.000	\$ 12.360.000
Secretaria	1	\$ 650.000	\$ 61.500	\$ 711.500	\$ 8.538.000
Vendedores	2	\$ 1.030.000	\$ 123.000	\$ 1.153.000	\$ 13.836.000
Total Anual					\$ 47.094.000

Fuente: Estimación de los Autores

Carga Prestacional y Seguridad Social:

Tabla No. 10:
Estimación de las Prestaciones Sociales
Cifras en Pesos

Cargo	Cesantías	Primas	Intereses	Vacaciones	Salud	Pensión	ARP	Parafiscales	Total año
Administrador	\$ 85.833	\$ 85.833	\$ 10.300	\$ 42.917	\$ 87.550	\$ 123.600	\$ 5.377	\$ 69.525	\$ 6.131.219
Coordinador	\$ 85.833	\$ 85.833	\$ 10.300	\$ 42.917	\$ 87.550	\$ 123.600	\$ 5.377	\$ 69.525	\$ 6.131.219
Secretaria	\$ 59.292	\$ 59.292	\$ 7.115	\$ 27.083	\$ 55.250	\$ 78.000	\$ 3.393	\$ 43.875	\$ 3.999.596
Vendedores	\$ 96.083	\$ 96.083	\$ 11.530	\$ 42.917	\$ 87.550	\$ 123.600	\$ 5.377	\$ 69.525	\$ 6.391.979
Total Prestaciones al Año									\$ 22.654.014
Total Prestaciones Anual + Total Salarios Anual									\$ 69.748.014

Cálculos: Estimación de los Autores

Los valores que se toman como referencia serán los que se calcularon para aplicar a partir del 2010 y así llevar una concordancia con las cifras establecidas tanto en la demanda como en la oferta y de acuerdo con los mismo porcentajes estimados del IPC.

Tabla No. 11:
Estimación Anual Planta de Personal

Años	IPC	Valores
2010	4,06%	\$ 72.579.783
2011	3,90%	\$ 75.410.394
2012	3,80%	\$ 78.275.989

Calculo: Los Autores. 2009

3.2. DETERMINACION DE LA INVERSION FIJA INICIAL

Se estima la inversión inicial, con base en las cotizaciones de estanterías, mobiliario y demás, adicionando además la inversión diferida:

- Estantería Punto de atención (4) a \$75.000 COP c/u.
- Anaqueles y Estantes en Bodega (2) a \$150.000 COP c/u.

- Vitrinas Exhíbidoras (2) a \$270.000 COP c/u.
 - Mobiliario para dos puestos de trabajo a \$385.000 COP c/u.
 - Máquina Registradora a \$645.000 COP.
 - Software de venta e inventario a \$2.530.000 COP.
 - Gastos de constitución y pre - operativos \$2.030.000 COP amortizables en tres (3) años.
 - Aire Acondicionado de 5 ton. \$5.230.000 COP.
 - Capital de Trabajo Inicial: \$42.043.534 COP
- Inventarios: \$28.351.229 COP, equivalente al costo de un (1) mes de operaciones.
- Salarios y Seguridad Social: \$9.926.346 COP, para dos (2) meses de trabajo.
- Servicios: \$3.765.960 COP, equivalente a dos (2) meses de trabajo.

Tabla No. 12:
Inversión Inicial
Cifras en Pesos

Concepto	Valor	Cantidad	Total	Financiado	Propio
Estanterías	\$ 75.000	4	\$ 300.000		\$ 300.000
Anaqueles	\$ 150.000	2	\$ 300.000		\$ 300.000
Vitrinas	\$ 270.000	2	\$ 540.000		\$ 540.000
Mobiliario	\$ 385.000	2	\$ 770.000		\$ 770.000
Software	\$ 2.530.000	1	\$ 2.530.000		\$ 2.530.000
Registradora	\$ 645.000	1	\$ 645.000		\$ 645.000
Aire acondicionado	\$ 5.230.000	1	\$ 5.230.000		\$ 5.230.000
Preoperativos	\$ 2.030.000	1	\$ 2.030.000		\$ 2.030.000
Capital de trabajo	\$ 42.043.534	1	\$ 42.043.534	\$ 30.000.000	\$ 12.043.534
Totales				\$ 30.000.000	\$ 24.388.534

Cálculo: Los Autores

Tabla No. 13:
Determinación de la Depreciación y Amortización de Diferidos
Cifras en Pesos

Depreciación	Vida Util	Valor	Vlr. Año
Estanterías	5	\$ 300.000	\$ 60.000
Anaqueles	5	\$ 300.000	\$ 60.000
Vitrinas	5	\$ 540.000	\$ 108.000
Mobiliario	5	\$ 770.000	\$ 154.000
Registradora	5	\$ 645.000	\$ 129.000
Aire acondicionado	5	\$ 5.230.000	\$ 1.046.000
Total		\$ 7.785.000	\$ 1.557.000
Amortizaciones	Tiempo	Valor	Vlr año
Preoperativos	3	\$ 2.030.000	\$ 676.667

Cálculo: Los Autores. 2009

Tabla No. 14:
Estimación de Servicios y Publicidad
Cifras en Pesos

<i>Crecimiento Anual (IPC)</i>			4,06%	3,90%	3,80%
Concepto	Vlr. mes	Vlr. Año	2010	2011	2012
Arriendo	\$ 980.000	\$ 11.760.000	\$ 12.237.456	\$ 12.714.717	\$ 13.197.876
Servicio Agua	\$ 125.320	\$ 1.503.840	\$ 1.564.896	\$ 1.625.927	\$ 1.687.712
Energía	\$ 455.860	\$ 5.470.320	\$ 5.692.415	\$ 5.914.419	\$ 6.139.167
Teléfono	\$ 125.800	\$ 1.509.600	\$ 1.570.890	\$ 1.632.154	\$ 1.694.176
Vigilancia y Admón.	\$ 196.000	\$ 2.352.000	\$ 2.447.491	\$ 2.542.943	\$ 2.639.575
Totales	\$ 1.882.980	\$ 22.595.760	\$ 23.515.158	\$ 24.432.172	\$ 25.360.519
Publicidad		\$ 3.200.000	\$ 3.329.920	\$ 3.459.787	\$ 3.591.259

Cálculo: Los Autores. 2009

3.3. FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA

El proyecto se decidió financiar una parte por los socios y otra parte por una línea de crédito del programa PYME (pequeña y Mediana Empresa), con recursos del

Banco de Occidente tal como se muestra en la siguiente tabla. El valor a financiar es de \$30.000.000 COP, con la línea de crédito del Banco de Occidente a una tasa del 23.14% Efectiva Anual, 1.75% Mensual, durante cinco (3) años, según convenio PYME; con una tabla de amortización así:

Tabla No. 15:
Amortización del Crédito Bancario
Cifras en Pesos

Períodos	Intereses	Abono a K	Cuota	Saldo
0				\$ 30.000.000
1	\$ 525.000	\$ 833.333	\$ 1.358.333	\$ 29.166.667
2	\$ 510.417	\$ 833.333	\$ 1.343.750	\$ 28.333.333
3	\$ 495.833	\$ 833.333	\$ 1.329.167	\$ 27.500.000
4	\$ 481.250	\$ 833.333	\$ 1.314.583	\$ 26.666.667
5	\$ 466.667	\$ 833.333	\$ 1.300.000	\$ 25.833.333
6	\$ 452.083	\$ 833.333	\$ 1.285.417	\$ 25.000.000
7	\$ 437.500	\$ 833.333	\$ 1.270.833	\$ 24.166.667
8	\$ 422.917	\$ 833.333	\$ 1.256.250	\$ 23.333.333
9	\$ 408.333	\$ 833.333	\$ 1.241.667	\$ 22.500.000
10	\$ 393.750	\$ 833.333	\$ 1.227.083	\$ 21.666.667
11	\$ 379.167	\$ 833.333	\$ 1.212.500	\$ 20.833.333
12	\$ 364.583	\$ 833.333	\$ 1.197.917	\$ 20.000.000
13	\$ 350.000	\$ 833.333	\$ 1.183.333	\$ 19.166.667
14	\$ 335.417	\$ 833.333	\$ 1.168.750	\$ 18.333.333
15	\$ 320.833	\$ 833.333	\$ 1.154.167	\$ 17.500.000
16	\$ 306.250	\$ 833.333	\$ 1.139.583	\$ 16.666.667
17	\$ 291.667	\$ 833.333	\$ 1.125.000	\$ 15.833.333
18	\$ 277.083	\$ 833.333	\$ 1.110.417	\$ 15.000.000
19	\$ 262.500	\$ 833.333	\$ 1.095.833	\$ 14.166.667
20	\$ 247.917	\$ 833.333	\$ 1.081.250	\$ 13.333.333
21	\$ 233.333	\$ 833.333	\$ 1.066.667	\$ 12.500.000
22	\$ 218.750	\$ 833.333	\$ 1.052.083	\$ 11.666.667
23	\$ 204.167	\$ 833.333	\$ 1.037.500	\$ 10.833.333
24	\$ 189.583	\$ 833.333	\$ 1.022.917	\$ 10.000.000
25	\$ 175.000	\$ 833.333	\$ 1.008.333	\$ 9.166.667
26	\$ 160.417	\$ 833.333	\$ 993.750	\$ 8.333.333
27	\$ 145.833	\$ 833.333	\$ 979.167	\$ 7.500.000
28	\$ 131.250	\$ 833.333	\$ 964.583	\$ 6.666.667
29	\$ 116.667	\$ 833.333	\$ 950.000	\$ 5.833.333
30	\$ 102.083	\$ 833.333	\$ 935.417	\$ 5.000.000
31	\$ 87.500	\$ 833.333	\$ 920.833	\$ 4.166.667
32	\$ 72.917	\$ 833.333	\$ 906.250	\$ 3.333.333
33	\$ 58.333	\$ 833.333	\$ 891.667	\$ 2.500.000
34	\$ 43.750	\$ 833.333	\$ 877.083	\$ 1.666.667
35	\$ 29.167	\$ 833.333	\$ 862.500	\$ 833.333
36	\$ 14.583	\$ 833.333	\$ 847.917	\$ 0
	\$ 9.712.500	\$ 30.000.000		

Cálculo: Los Autores

3.4. PROYECCIONES FINANCIERAS

Los Estados Financieros proyectados se establecen con el fin de estimar las cifras que el proyecto mostrará durante su período de duración, a las utilidades proyectadas se les practica la técnica del Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) para calcular el rendimiento del proyecto ante las expectativas del inversionista.

La matriz de ingresos, costos y gastos es la siguiente:

Tabla No. 16:
Matriz de Ingresos, Costos y Gastos
Cifras en Pesos

Concepto	Parciales	2010	2011	2012
Ingresos Operacionales		\$ 475.824.816	\$ 593.258.381	\$ 738.962.639
Sombreros	\$ 371.918.765			
Sandalias	\$ 20.037.940			
Accesorios	\$ 52.033.383			
Botas Licor	\$ 15.215.004			
Hamacas	\$ 5.894.718			
Telares	\$ 10.725.006			
Costos de Ventas		\$ 340.214.743	\$ 424.179.742	\$ 528.358.287
Salarios y prestaciones		\$ 72.579.783	\$ 75.410.394	\$ 78.275.989
Comisiones (0,5%)		\$ 2.379.124	\$ 2.966.292	\$ 3.694.813
Publicidad		\$ 3.329.920	\$ 3.459.787	\$ 3.591.259
Servicios		\$ 23.515.158	\$ 24.432.172	\$ 25.360.519
Depreciación		\$ 1.557.000	\$ 1.557.000	\$ 1.557.000
Amortización diferidos		\$ 676.667	\$ 676.667	\$ 676.667
Mantenimiento (5% inversión fija)		\$ 389.250	\$ 404.431	\$ 419.799
Utiles de Oficina (\$185,000 pr. mes)		\$ 2.220.000	\$ 2.306.580	\$ 2.394.230
Seguros (estimado en un 5%) equipos		\$ 389.250	\$ 404.431	\$ 419.799
Total Gastos Operacionales		\$ 107.036.152	\$ 111.617.753	\$ 116.390.075
Gastos financieros		\$ 5.337.500	\$ 3.237.500	\$ 1.137.500
Total Costos y Gastos		\$ 452.588.395	\$ 539.034.995	\$ 645.885.862
Utilidad antes de Impuestos		\$ 23.236.421	\$ 54.223.385	\$ 93.076.777
Impuestos Proyectados (33%)		\$ 7.668.019	\$ 17.893.717	\$ 30.715.336

Cálculo: Los Autores. 2009

Para determinar el rendimiento del proyecto se hace necesario conocer el Valor presente neto (VPN) y la Tasa interna de retorno (TIR) asociada a los valores que genere el Flujo de Efectivo. Este viene a ser el mismo estado de resultados pero sumándole los conceptos de Depreciación y Amortización (que son gastos pero no generan desembolsos) y restándole el abono a Capital resultante del crédito que se cancela como mecanismo de financiación.

Todo esto al final arroja:

Tabla No. 17:
Evaluación del Proyecto
Cifras en Pesos

Utilidad Neta		\$ 15.568.402	\$ 36.329.668	\$ 62.361.441
- Abono A Capital del crédito		-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000
+ Depreciación		\$ 1.557.000	\$ 1.557.000	\$ 1.557.000
+ Amortización		\$ 676.667	\$ 676.667	\$ 676.667
Total Generación de fondos	\$ 54.388.534	\$ 7.802.069	\$ 28.563.335	\$ 54.595.107
Tasa de evaluación al	20,00%			
Valor presente de los fondos	\$ 54.388.534	\$ 6.501.724	\$ 19.835.649	\$ 31.594.391
Valor Presente Neto	\$ 3.543.230			
Tasa de evaluación al	25,00%			
Valor presente de los fondos	\$ 54.388.534	\$ 6.241.655	\$ 18.280.534	\$ 27.952.695
Valor Presente Neto	\$ 1.913.650			
TIR: Suma valor presente - Inversion in	\$ 54.388.534	\$ 6.334.831	\$ 18.830.393	\$ 29.223.311
Sumatoria de Valores Presentes	\$ 54.388.534			
TIR	23,16%			

Cálculo: Los Autores. 2009

El proyecto se evaluó primero al 20% y dio un VPN de \$3.543.230 COP, es decir todavía resistía una tasa mayor de evaluación, se sensibilizó con una tasa del 25% y el VPN fue negativo, de -\$1.913.650 COP, lo que indica que la TIR se encuentra entre este rango de tasas. Siguiendo con los anterior, y evaluando a diferentes tasas como se muestra en el análisis de sensibilidad, se logró determinar que la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es del 23.16%. Dicha tasa hace que sea atractivo para un inversionista pues aparte de cubrir todos sus costos

operacionales y la parte relacionada con el endeudamiento, alcanza a generar rentabilidad.

Para tener claro una visión más amplia de la rentabilidad del proyecto versus inversión y rendimiento generado, se decidió hacer una tabla que comparativamente vaya reflejando el comportamiento del valor presente neto de acuerdo con diferentes tasas de descuento o evaluación. Dichas tasas se tomaron a partir de un porcentaje inicial del 20% con incrementos graduales del 0.5% y a la vez se fue calculando el resultante del valor presente neto como se muestra a continuación:

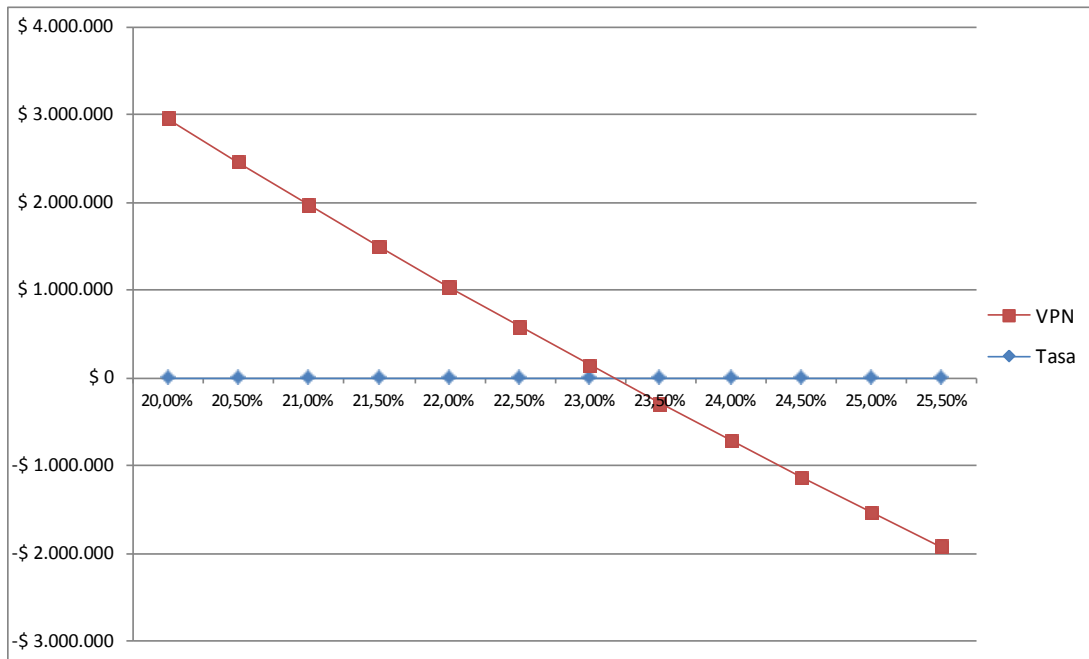
**Tabla No. 18:
Comparativo TIR vs. VPN**

Tasa	VPN
20,00%	\$ 2.952.691
20,50%	\$ 2.456.697
21,00%	\$ 1.971.994
21,50%	\$ 1.498.305
22,00%	\$ 1.035.358
22,50%	\$ 582.891
23,00%	\$ 140.651
23,50%	\$ 291.613
24,00%	\$ 714.141
24,50%	\$ 1.127.167
25,00%	\$ 1.530.920
25,50%	\$ 1.925.622

Calculo: Los Autores

Los valores resultantes se llevan a una gráfica con ayuda de Excel y en ella se aprecia el punto en donde se interceptan las dos curvas: la de los porcentajes (o tasas de evaluación) y la del VPN, el punto en donde estas se interceptan está entre 23% y 23,50%, lo que corrobora los resultados anteriores de la TIR, es decir del 23.16%, y le hace congruente con el cálculo del VPN y la determinación de la rentabilidad generada del proyecto.

**Gráfico No. 7:
Grafico Comparativo**



Diseño: Los Autores. 2009

3.5. PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL Y POR PRODUCTO

Se determinará primero el Punto de Equilibrio Operacional del Proyecto con la participación de cada uno de los productos en forma porcentual, así:

Tabla No. 19:
Punto de Equilibrio Global
Cifras en Unidades y en Pesos

PUNTO DE EQUILIBRIO GLOBAL DEL PROYECTO						
Gastos Fijos		\$ 107.036.152		Costo promedio de mercancía		71,50%
Productos	Precio	Cantidades	Venta esperada	Participación (*)	Precio promedio	Costo promedio
Sombreros	\$ 25.500	14.585	\$ 371.918.765	41,65%		
Sandalias	\$ 23.400	856	\$ 20.037.940	2,44%		
Accesorios	\$ 2.800	18.583	\$ 52.033.383	53,07%		
Botas licor	\$ 16.100	945	\$ 15.215.004	2,70%		
Hamacas	\$ 398.700	15	\$ 5.894.718	0,04%		
Telares	\$ 305.000	35	\$ 10.725.006	0,10%		
Totales		35.019	\$ 475.824.816	100,00%	\$ 13.588	\$ 9.715

(*) Sobre Cantidades Proyectadas

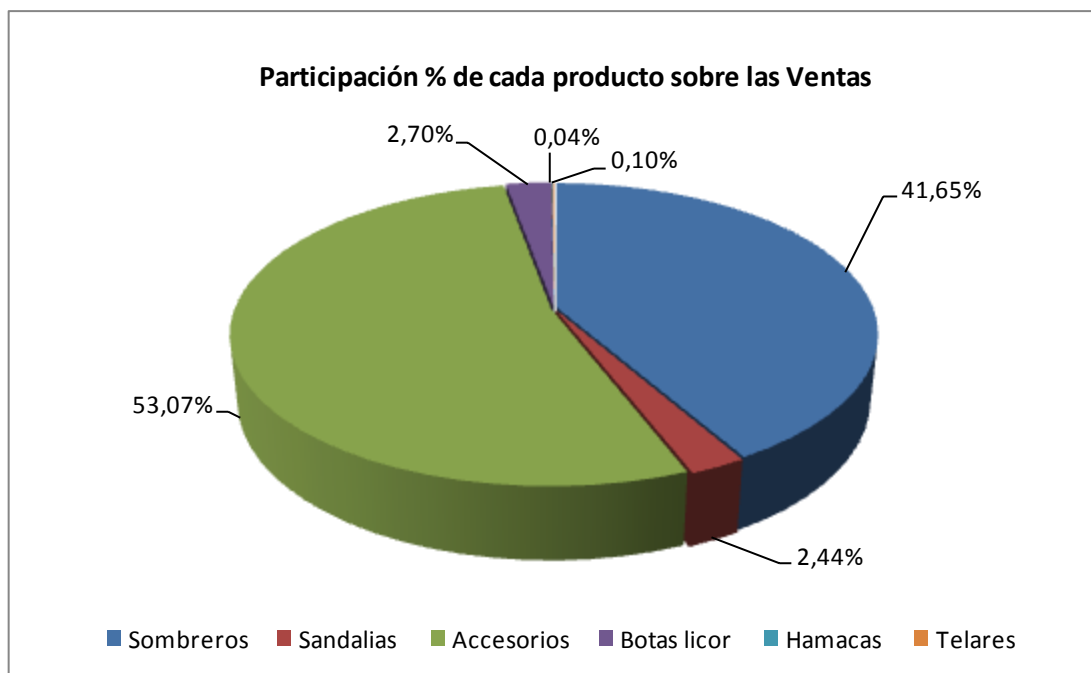
Punto de Equilibrio	$\frac{\$ 107.036.152}{\$13.534 - \$ 9.667} = 27.636 \text{ Unidades}$
----------------------------	--

Comprobación:	
Ventas (en Unidades)	27.636
Precio de Venta	\$ 13.588
Ventas (en \$)	\$ 375.524.717
- Costo por Cantidad	\$ 268.488.565
= Utilidad Operacional	\$ 107.036.152
- Costos Fijos	\$ 107.036.152
Equilibrio	\$ 0

Fuente: Los Autores

La participación en forma porcentual de cada uno de los productos, tomando como base las cantidades vendidas, se distribuye gráficamente como sigue:

**Gráfico No. 8:
Participación Porcentual de Cada Producto**



Fuente: **Los Autores**

3.5.1. SENSIBILIDAD DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE ACUERDO A LA PARTICIPACIÓN EN LAS VENTAS

Teniendo en cuenta que para el conjunto de productos que la Comercializadora de Artesanías posee en su portafolio de servicios, se calculó un Punto de Equilibrio Global, así mismo se tiene que para cada unidad de producto, es decir, para cada línea de producto artesanal es factible establecer un Punto de equilibrio para cada uno de ellos, con lo cual se relaciona esté con la participación de ellos en las ventas totales de la Comercializadora, y con ello se tiene la siguiente información:

Tabla No. 20:
Punto Equilibrio: Sombreros

Producto	Precio	Cantidades	Participación
Sombreros	\$ 25.500	14.585	41,65%
Costo de Cada Unidad	\$ 18.233		
Contribución a Costos Fijos	\$ 44.579.293		
Punto de Equilibrio $\frac{\$ 44.579.293}{(\$ 25.500 - \$ 18.214)} = 6.134 \text{ Unidades}$			

Calculo: Los Autores

Tabla No. 21:
Punto Equilibrio: Accesorios

Producto	Precio	Cantidades	Participación
Accesorios	\$ 2.800	18.583	53,07%
Costo de Cada Unidad	\$ 2.002		
Contribución a Costos Fijos	\$ 56.799.246		
<div><div>Punto de Equilibrio</div><div><div>\$ 56.799.246</div><div>÷ (\$2.800 - \$2.000)</div></div><div>= 71177 Unidades</div></div>			

Calculo: Los Autores

Tabla No. 22:
Punto Equilibrio: Sandalias

Producto	Precio	Cantidades	Participación
Sandalias	\$ 23.400	856	2,44%
Costo de Cada Unidad	\$ 16.731		
Contribución a Costos Fijos	\$ 2.616.378		
<div><div>Punto de Equilibrio</div><div><div>\$ 2.616.378</div><div>(\$23.400 - \$16.714)</div></div><div>=</div><div>392 Unidades</div></div>			

Calculo: Los Autores

Tabla No. 23:
Punto de Equilibrio: Botas de Licor

Producto	Precio	Cantidades	Participación
Botas licor	\$ 16.100	945	2,70%
Costo de Cada Unidad	\$ 11.512		
Contribución a Costos Fijos	\$ 2.888.408		
<div><div>Punto de Equilibrio</div><div><div>\$ 2.888.408</div><div>(\$16.100 - \$11.500)</div></div><div>=</div><div>629 Unidades</div></div>			

Calculo: Los Autores

Tabla No. 24:
Punto Equilibrio: Hamacas

Producto	Precio	Cantidades	Participación
Hamacas	\$ 398.700	15	0,04%
Costo de Cada Unidad	\$ 285.071		
Contribución a Costos Fijos	\$ 45.848		
Punto de Equilibrio $\frac{\$ 45.848}{(\$ 398.700 - \$284.786)} = 1 \text{ Unidades}$			

Calculo: Los Autores

Tabla No. 25:
Punto Equilibrio: Telares

Producto	Precio	Cantidades	Participación
Telares	\$ 305.000	35	0,10%
Costo de Cada Unidad	\$ 218.075		
Contribución a Costos Fijos	\$ 106.978		
<div><div>Punto de Equilibrio</div><div><div>\$ 106.978</div><div>(\$305,000 - \$217.857)</div></div><div>=</div><div>1 Unidades</div></div>			

Calculo: Los Autores

La anterior distribución muestra la cantidad con la que se debe contribuir cada producto a la venta a fin de lograr el Equilibrio del caso, pero basado en la participación de las unidades vendidas entre el total de las ventas también en unidades. Así se puede presionar o ajustar la situación de acuerdo con el producto que más este contribuyendo a la venta, de tal suerte que se impulse aquel que menos contribuya con el fin de equiparar las cargas entre ellos y evitar, lo que más se pueda, que un producto subsidie a otro, pues cada línea debe ser autosuficiente. Como se observa en la siguiente proyección:

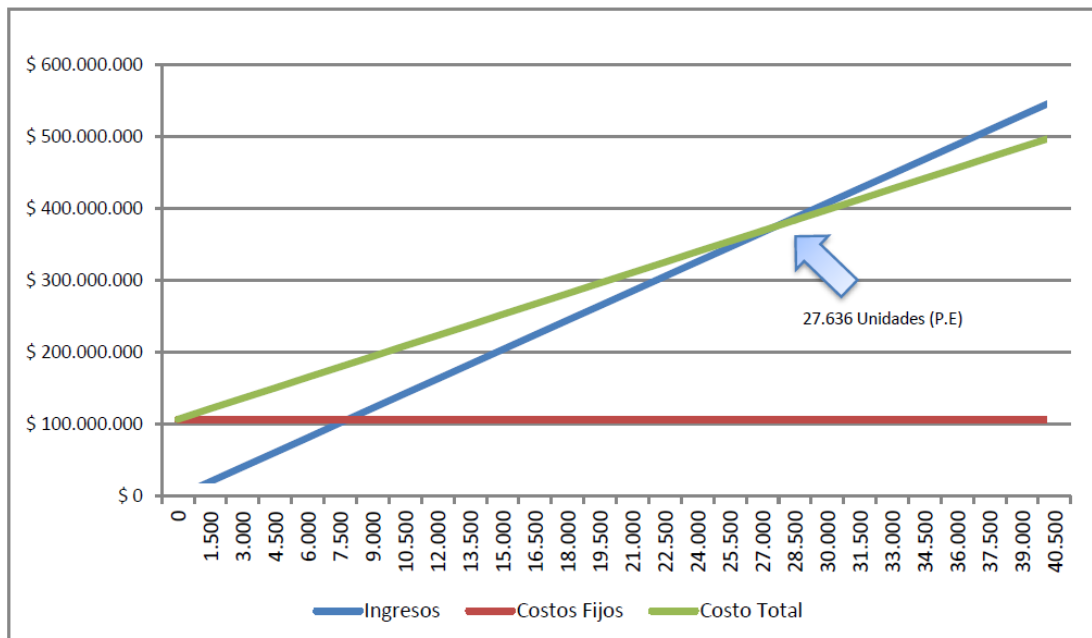
Tabla No. 26:
Proyección de Punto de Equilibrio - Cifras en Pesos

Cantidades	Ingresos	Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total	Utilidad y/o Pérdida
0	\$ 0	\$ 107.036.152	\$ 0	\$ 107.036.152	\$ 107.036.152
1.500	\$ 20.382.000	\$ 107.036.152	\$ 14.572.500	\$ 121.608.652	\$ 101.226.652
3.000	\$ 40.764.000	\$ 107.036.152	\$ 29.145.000	\$ 136.181.152	\$ 95.417.152
4.500	\$ 61.146.000	\$ 107.036.152	\$ 43.717.500	\$ 150.753.652	\$ 89.607.652
6.000	\$ 81.528.000	\$ 107.036.152	\$ 58.290.000	\$ 165.326.152	\$ 83.798.152
7.500	\$ 101.910.000	\$ 107.036.152	\$ 72.862.500	\$ 179.898.652	\$ 77.988.652
9.000	\$ 122.292.000	\$ 107.036.152	\$ 87.435.000	\$ 194.471.152	\$ 72.179.152
10.500	\$ 142.674.000	\$ 107.036.152	\$ 102.007.500	\$ 209.043.652	\$ 66.369.652
12.000	\$ 163.056.000	\$ 107.036.152	\$ 116.580.000	\$ 223.616.152	\$ 60.560.152
13.500	\$ 183.438.000	\$ 107.036.152	\$ 131.152.500	\$ 238.188.652	\$ 54.750.652
15.000	\$ 203.820.000	\$ 107.036.152	\$ 145.725.000	\$ 252.761.152	\$ 48.941.152
16.500	\$ 224.202.000	\$ 107.036.152	\$ 160.297.500	\$ 267.333.652	\$ 43.131.652
18.000	\$ 244.584.000	\$ 107.036.152	\$ 174.870.000	\$ 281.906.152	\$ 37.322.152
19.500	\$ 264.966.000	\$ 107.036.152	\$ 189.442.500	\$ 296.478.652	\$ 31.512.652
21.000	\$ 285.348.000	\$ 107.036.152	\$ 204.015.000	\$ 311.051.152	\$ 25.703.152
22.500	\$ 305.730.000	\$ 107.036.152	\$ 218.587.500	\$ 325.623.652	\$ 19.893.652
24.000	\$ 326.112.000	\$ 107.036.152	\$ 233.160.000	\$ 340.196.152	\$ 14.084.152
25.500	\$ 346.494.000	\$ 107.036.152	\$ 247.732.500	\$ 354.768.652	\$ 8.274.652
27.000	\$ 366.876.000	\$ 107.036.152	\$ 262.305.000	\$ 369.341.152	\$ 2.465.152
28.500	\$ 387.258.000	\$ 107.036.152	\$ 276.877.500	\$ 383.913.652	\$ 3.344.348
30.000	\$ 407.640.000	\$ 107.036.152	\$ 291.450.000	\$ 398.486.152	\$ 9.153.848
31.500	\$ 428.022.000	\$ 107.036.152	\$ 306.022.500	\$ 413.058.652	\$ 14.963.348
33.000	\$ 448.404.000	\$ 107.036.152	\$ 320.595.000	\$ 427.631.152	\$ 20.772.848
34.500	\$ 468.786.000	\$ 107.036.152	\$ 335.167.500	\$ 442.203.652	\$ 26.582.348
36.000	\$ 489.168.000	\$ 107.036.152	\$ 349.740.000	\$ 456.776.152	\$ 32.391.848
37.500	\$ 509.550.000	\$ 107.036.152	\$ 364.312.500	\$ 471.348.652	\$ 38.201.348
39.000	\$ 529.932.000	\$ 107.036.152	\$ 378.885.000	\$ 485.921.152	\$ 44.010.848
40.500	\$ 550.314.000	\$ 107.036.152	\$ 393.457.500	\$ 500.493.652	\$ 49.820.348

Calculo: Los Autores

Que gráficamente se representa:

Gráfico No. 9:
Grafica Proyección Punto de Equilibrio



Cálculos: Los Autores

3.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Dadas unas condiciones específicas en el contexto en que se desarrollara el proyecto, son muchas las variables que podrían afectar la implementación y desempeño del mismo. Por ello con el Análisis de Sensibilidad se intenta medir la bondad o rentabilidad esperada ante posibles fluctuaciones de las variables importantes o críticas de nuestro proyecto.

Si bien estas variables se han estudiado en el análisis económico y financiero para este proyecto, hemos de considerar como base para este análisis de sensibilidad, la capacidad de captura o cobertura en el mercado, en el cual supuestaremos un escenario neutral, el cual es el expuesto en el trabajo anterior con todos sus cálculos, un escenario optimista, en el cual supuestaremos una captura del

mercado superior a la prevista y por ultimo un escenario totalmente pesimista en donde la captura esperada del mercado sea menor a la captura inicial considerada por el grupo autor del proyecto.

3.6.1 Escenario Optimista:

Para este Escenario presupuestamos que la captura esperada de la demanda se encuentra en el rango del 35% del mercado total, es decir un aumento del 3% del valor inicial presupuestado, con lo cual tenemos:

Tabla No. 27:
Escenario Optimista: Cobertura del 35%
Cifras en Pesos

Concepto	Parciales	2010	2011	2012
Ingresos Operacionales		\$ 520.433.392	\$ 648.876.354	\$ 808.240.386
Costos de Ventas		\$ 372.109.876	\$ 463.946.593	\$ 577.891.876
Total Gastos Operacionales		\$ 107.259.194	\$ 111.895.843	\$ 116.736.464
Gastos financieros		\$ 5.337.500	\$ 3.237.500	\$ 1.137.500
Total Costos y Gastos		\$ 484.706.570	\$ 579.079.936	\$ 695.765.840
Utilidad antes de Impuestos		\$ 35.726.822	\$ 69.796.418	\$ 112.474.546
Impuestos Proyectados (33%)		\$ 11.789.851	\$ 23.032.818	\$ 37.116.600
Utilidad Neta		\$ 23.936.971	\$ 46.763.600	\$ 75.357.946
- Abono A Capital del crédito		-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000
+ Depreciación		\$ 1.557.000	\$ 1.557.000	\$ 1.557.000
+ Amortización		\$ 676.667	\$ 676.667	\$ 676.667
Total Generación de fondos	\$ 57.046.462	\$ 16.170.638	\$ 38.997.267	\$ 67.591.613

Cálculo: Los Autores. 2009

De esta forma, si realizamos la evaluación al proyecto a distintas tasas de retorno se tiene que:

**Tabla No. 28:
Evaluación del Proyecto
Cifras en Pesos**

Tasa de evaluación al	35,00%			
Valor presente de los fondos	\$ 57.046.462	\$ 11.978.250	\$ 21.397.677	\$ 27.472.077
Valor Presente Neto	\$ 3.801.543			
Tasa de evaluación al	45,00%			
Valor presente de los fondos	\$ 57.046.462	\$ 11.152.164	\$ 18.548.046	\$ 22.171.180
Valor Presente Neto	\$ 5.175.072			
TIR: Suma valor presente - Inversion in	\$ 57.046.462	\$ 11.639.121	\$ 20.203.202	\$ 25.204.139
Sumatoria de Valores Presentes	\$ 57.046.462			
TIR	38,93%			

Cálculo: Los Autores. 2009

Bajo estas condiciones, en un escenario optimista, con un incremento porcentual del 3% sobre el valor inicialmente presupuestado a la captura o cobertura total del mercado, se tiene que el proyecto es mucho más atractivo para los inversionistas, ya que la Tasa Interna de Retorno, para este escenario ha de ser del 38.93%, con lo cual demuestra que el proyecto está en capacidad de cubrir totalmente todas sus obligaciones y generar valor para sus inversores.

3.6.2 Escenario Pesimista:

Para este Escenario presupuestaremos una caída en la captura o cobertura esperada en el mercado, en este caso, se hablara de un 29% de captura o cobertura esperada en el mercado, es decir, una caída de 3% en comparación con el valor inicial esperado que es del 32%. Con estos valores presupuestamos, igualmente, que lo anterior y se obtuvieron estas cifras:

Tabla No. 29:
Escenario Pesimista: Cobertura del 29%
Cifras en Pesos

Concepto	Parciales	2010	2011	2012
Ingresos Operacionales		\$ 431.216.239	\$ 537.640.407	\$ 669.684.891
Costos de Ventas		\$ 308.319.611	\$ 384.412.891	\$ 478.824.697
Total Gastos Operacionales		\$ 106.813.109	\$ 111.339.663	\$ 116.043.686
Gastos financieros		\$ 5.337.500	\$ 3.237.500	\$ 1.137.500
Total Costos y Gastos		\$ 420.470.220	\$ 498.990.054	\$ 596.005.884
Utilidad antes de Impuestos		\$ 10.746.020	\$ 38.650.353	\$ 73.679.008
Impuestos Proyectados (33%)		\$ 3.546.186	\$ 12.754.616	\$ 24.314.073
Utilidad Neta		\$ 7.199.833	\$ 25.895.736	\$ 49.364.935
- Abono A Capital del crédito		-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000
+ Depreciación		\$ 1.557.000	\$ 1.557.000	\$ 1.557.000
+ Amortización		\$ 676.667	\$ 676.667	\$ 676.667
Total Generación de fondos	\$ 51.730.607	-\$ 566.500	\$ 18.129.403	\$ 41.598.602

Cálculo: Los Autores. 2009

De esta forma, si realizamos la evaluación al proyecto a distintas tasas de retorno se tiene que:

Tabla No. 30:
Evaluación del Proyecto
Cifras en Pesos

Tasa de evaluación al	4,0%			
Valor presente de los fondos	\$ 51.730.607	\$ 544.712	\$ 16.761.652	\$ 36.981.006
Valor Presente Neto	\$ 1.467.340			
Tasa de evaluación al	8,0%			
Valor presente de los fondos	\$ 51.730.607	\$ 524.537	\$ 15.543.041	\$ 33.022.311
Valor Presente Neto	\$ 3.689.791			
TIR: Suma valor presente - Inversion ini	\$ 51.730.607	\$ 539.107	\$ 16.418.503	\$ 35.851.210
Sumatoria de Valores Presentes	\$ 51.730.607			
TIR	5,08%			

Cálculo: Los Autores. 2009

Bajo estas condiciones, en un escenario pesimista, con una caída porcentual del 3% sobre el valor inicialmente presupuestado a la captura o cobertura total del mercado, se tiene que el proyecto es mucho menos atractivo para los inversionistas, ya que la Tasa Interna de Retorno, para este escenario ha de ser

del 5.08%, con lo cual demuestra que el proyecto está en capacidad de generar remanentes, pero no de cubrir totalmente todas sus obligaciones y generar un valor mayor para sus inversores.

CONCLUSIONES

La información recopilada, el análisis de la misma y la exploración sobre un tema poco abordado de una manera formal, que sirvió como insumo para la elaboración de este documento permiten que se lancen las siguientes recomendaciones y conclusiones:

Recomendaciones:

- Sería oportuno que el Sector se formalizara, pues constituye una importante fuente de ingresos y una de las alternativas de generación de empleo formal, así como un atractivo renglón de la economía en la medida en que sus cifras tengan un impacto en el PIB del país.
- Los análisis al Sector deberían realizarse en forma más seguida y recopilada pues se encuentra muy dispersa, y en algunos casos las cifras no coinciden entre lo expresado por una y otra fuente de información.
- Lo ideal sería la mecanización y, por supuesto, la industrialización de la actividad para que así genere industria y sea atractiva para inversionistas extranjeros y nacionales, y a la vez, se consoliden como una línea de exportación no tradicional, lo que permite una diversificación de la canastilla de productos exportables del país.

Conclusiones:

- El Sector Artesanal es rentable siempre y cuando alcance niveles de tecnificación y organización que le permitan diferenciarse y aportar a la generación de bienes y servicios de la economía nacional.
- Concretamente con la porción tomada para el análisis, se tiene que la comercialización de este tipo de productos tiene toda la viabilidad posible en el mercado caribeño, lo que hace presumir que lo debe tener para todo el país. Sin embargo las situaciones climatológicas, costumbres y arraigos culturales (que varían de un lugar de Colombia a otro), hacen presumir que

el comportamiento de este tipo de empresas no va a ser el anteriormente descrito en el trabajo, pues cada región tendrá festividades, artesanías y períodos de altos y bajos diferentes.

- Al tratarse de una comercializadora, los productos se adquieren ya terminados, por lo tanto sería recomendable hacer unos estudios de costos y de la forma como los fabricantes logran terminar y colocar el bien ya terminado.
- La viabilidad comercial, técnica, organizacional y legal está garantizada, pero se precisa que Estado y particulares aúnen esfuerzos para que el sector financiero haga votos de confianza en este tipo de proyectos, pues los bancos son renuentes a la colocación de recursos en sectores poco tradicionales de la economía.
- Como se observa, el proyecto alcanza el equilibrio con unas cantidades que son alcanzables de vender, es decir puede garantizar su sostenimiento hasta alcanzar el punto de equilibrio y sobrepasarlo.

Por todo lo anteriormente se puede concluir que sería viable la implementación de una empresa comercializadora de artesanías en la Ciudad de Barranquilla, y que si se llegan a cumplir las premisas de las que parte el proyecto de inversión, éste generaría una rentabilidad atractiva para quien invirtiera en él.

BIBLIOGRAFIA

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. Formulación y Evaluación de Proyectos. 4 ed. Colombia. Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. Santa Fe de Bogotá, 2002.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 5 Ed. México. Mc. Graw Hill. 2007.

INFANTE VILLAREAL, Arturo, Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Editorial Norma. Colombia. 1995.

GITMAN, Lawrence. Fundamentos de Administración Financiera. 3 Ed. México. Editorial Harla. 1986.

GARCIA SERNA, Oscar León. Administración Financiera: Fundamentos y Aplicaciones. 4 Ed. 2000.

SAPAG CHAIN, Nassir. Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación. 3 Ed. Editorial PRENTICE HALL. 2003.

SAPAG, Nassir. SAPAG, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Santiago de Chile, Editorial Mc. Graw Hill. 4 Ed. 2000.

RAMÍREZ MARTÍNEZ, Miguel. "Artesanías momposinas", en: Nueva Revista Colombiana del Folclor, vol. 1, nº 4, Bogotá, Patronato Colombiano de Artes y Ciencias, 1988.

Artesanías de Colombia. Colombia Artesanal. Santa Fe de Bogotá. Editorial Lerner. 1987.

NAVARRETE, María Cristina. "Los artesanos negros en la sociedad cartagenera del siglo XVII", en: Historia y Espacio, nº 15, Cali, Universidad del Valle, 1994.

OBJETOS ARTESANALES DE COLOMBIA. Santa fe de Bogotá: Villegas Editores, 1992.

ARTESANÍAS DE COLOMBIA NOTICIAS: boletín institucional de Artesanías de Colombia. Bogotá, Artesanías de Colombia, 1996, vol.1, no.1. Dic. 1996.

CERDA GUTIERREZ, Hugo. Como elaborar Proyectos. 4 Ed. Editorial Magisterio. 2004.

CATÁLOGO DE NORMAS DE COMPETENCIAS LABORALES. Observatorio Laboral, SENA. www.sena.edu.co

<http://www.colombia.travel/>

RICUPERO, Rubens. “¿Tiene futuro América Latina?”. El Heraldó, 23 de mayo de 2007

<http://www.lalibertad.com.co/dia/dic6/ec1.htm>.

Indicadores económicos Cámara de Comercio y Fundesarrollo

www.proexport.gov.co

www.supersociedades.gov.co

www.camaradecomerciobarranquilla.org

PÉREZ, Cesar. Excel Avanzado. 2007. Editorial Alfaomega

ESTATUTO TRIBUTARIO DISTRITAL. Acuerdo 030 de 2008

ANEXOS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA
COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS DE LA COSTA ATLANTICA, EN LA CIUDAD DE
BARRANQUILLA**

Objetivo: Determinar el grado de aceptación, gusto o preferencia de productos artesanales

1. Rango Etario: Su edad se encuentra entre:

Menor de 25 años
De 25 a 35 años
De 35 a 45 años
Mayor de 45 años

2. Ocupación del encuestado

Empleado
comerciante
Independiente
Desempleado

3. Nivel de ingreso: Sus ingresos mensuales oscilan entre

1 Salario mínimo legal vigente
Entre 1 y 2 SMLV
Entre 2 y 4 SMLV
Más de 4 SMLV

4. Cual es de su preferencia al momento de comprar alguno de estos productos

Sombreros
Sandalias
Accesorios
Botas licor
Hamacas
Telares
Otros

5. Frecuencia de compra: con que frecuencia compra un producto artesanal

Muy ocasionalmente
Para fin de año
Para Carnavales
Con la feria
Ninguna

6. Encuentra disponibilidad de los productos que demanda en el momento que los necesita?

Siempre
Algunas Veces
Nunca

7. Conoce sitios especializados en la venta de estos articulos en la Cuidad?

Si
No

8. Ha visitado ferias o eventos en los que se hagan muestras de estos productos?

Si, una vez
Mas de una vez
Nunca

9. Alguna vez usted, ha pedido asesoria en la compra de productos artesanales?

No, Nunca
Si, en una ocasión
Siempre

10. Reconoce la labor artesanal y el valor agregado de sus productos, en el precio y la calidad que se ofrecen?

Si, tienen la calidad y el precio es el justo
No, deben ser mas baratos
En ocasiones, algunos de sus productos les falta calidad

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA
COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS DE LA COSTA ATLANTICA, EN LA CIUDAD DE**

Objetivo: Determinar algunos comportamientos de las variables que inciden en el negocio

1. En su experiencia, cual es la época de mayor venta?

Carnavales	<input type="text"/>
Diciembre	<input type="text"/>
Feria	<input type="text"/>
Demanda pareja	<input type="text"/>

2. Sus proveedores cumplen con los tiempos de entrega?

Siempre	<input type="text"/>
Algunas veces	<input type="text"/>
A veces	<input type="text"/>
Muy poco	<input type="text"/>

3. Los mayores compradores son:

Hombres	<input type="text"/>
Mujeres	<input type="text"/>

4. Pertence a algún tipo de agremiación que les represente?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>

5. Como son sus canales de mercadeo?

Directo	<input type="text"/>
Tengo distribuidores	<input type="text"/>
Solo el cliente que llega	<input type="text"/>
Ninguno	<input type="text"/>

6. Se financia con recursos externos?

No	<input type="text"/>
Si con bancos	<input type="text"/>
Si con microcrédito	<input type="text"/>
Con otros	<input type="text"/>

7. Se ha acogido a estímulos o fomentos del orden estatal?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
No los conozco	<input type="text"/>

8. Realizan ventas de sus productos en forma mayorista?

Pocas Veces	<input type="text"/>
Siempre	<input type="text"/>
Nunca	<input type="text"/>

9. Manejan Catalogos con los productos artesanales que ofrecen?

Si, lo hacemos	<input type="text"/>
No, no los tenemos	<input type="text"/>

10. Cada cuanto tiempo realiza sus pedidos de los productos que ofrece?

1 mes	<input type="text"/>
3 meses	<input type="text"/>
6 meses	<input type="text"/>
+ de 6 meses	<input type="text"/>